https://radioslibres.net/curso-virtual-como-contar-historias-en-sonido-taller-de-podcast/

Cómo contar historias en sonido: taller de podcast

6 enero 2022 (actualizado el 24 febrero 2025) · Radios Libres

Capítulo 0 – Bienvenida

24 enero 2022 (actualizado el 24 febrero 2025) · Radios Libres

Algunas claves sobre qué esperar del curso virtual.

¡Hola! Bienvenidas y bienvenidos a un nuevo curso de Radios Libres. En esta ocasión lo hacemos en alianza con el Centro de Producciones Radiofónicas, organización amiga desde hace tiempo. Como la convocatoria al curso virtual ha sido más amplia de lo que esperábamos -por lo general se inscriben un promedio de 500 personas y en esta ocasión hay más de 1600 inscriptos- queremos compartir la metodología de los cursos de Radios Libres.

Propuesta del curso

Los cursos de Radios Libres son una invitación a acercarse al mundo de la producción radiofónica. **Nuestro objetivo es que cada vez se produzca mas y mejor radio**, ya sea en formato de podcast, de radio en vivo, de radiodrama, ¡cualquiera de sus formas! Por eso orientamos nuestras formaciones virtuales tanto a personas que tengan algo de recorrido en la materia como quienes están acercándose por primera vez.

Creemos en los principios de la educación popular y por eso hacemos contenidos accesibles, con lenguaje sencillo, en el que cada persona va marcando los ritmos, y construyendo junto a nosotras el proceso de aprendizaje. Ahora bien, tenemos ciertas limitaciones. Si bien la virtualidad nos permite encontrarnos en esta iniciativa, también presenta limitaciones en las maneras en las que podemos poner en práctica los conocimientos. Lo mismo ocurre con los plazos en los que planteamos este curso, no facilitan un proceso sostenido de puesta en práctica.

A pesar de estas circunstancias son muchas las cosas que podemos hacer. El curso virtual **“Cómo contar historias en sonido: taller de podcast” es una invitación a animarse a producir radio**. A lo largo de 8 capítulos compartiremos los pasos que seguimos para producir podcasts y los recursos de los que echamos mano para ello. No hace falta ser profesionales, ni tener experiencia, ni dominar la edición de audio, ni tener equipos caros o acceso a un estudio. Proponemos soluciones para todos esos casos.

Metodología

Al ser la convocatoria tan masiva no podemos garantizar un seguimiento personalizado a cada una de las personas que hagan el curso. Si trataremos de estar pendientes a las tareas, dudas y consultas que se hagan a través de los comentarios.

Este curso se puede hacer en dos modalidades.

Con certificado

- Te anotas según las fechas señaladas.
- Lees los capítulos y haces las tareas. Por lo general son comentarios al propio módulo e ir completando una plantilla.
- Si tienes dudas puedes escribir un comentario en el capítulo que corresponda o por Twitter en @radioslibres o @cprsuena.
- Asistes a la videoconferencia y haces preguntas.
- Haces la tarea final en el plazo requerido.
- Si cumple con las competencias básicas, se entrega certificado de Radios Libres.

Sin certificado

- El curso queda abierto. Es libre y gratuito.
- Sigues los capítulos en la web o te descargas el PDF.
- Haces las tareas como ejercicio (no se evalúan).

- Puedes ver la grabación de la videoconferencia para despejar dudas.
- Esta modalidad de cursada no evalúa tarea final (puedes hacerla si quieres practicar) y no otorga certificado.

Videoconferencia

El día **miércoles 2 de febrero** de 2022 haremos una videoconferencia. El objetivo de este espacio es hacer un resumen general de los principales elementos que vimos en el curso y responder dudas. Las preguntas y dudas se pueden enviar por correo electrónico a contacto@radioslibres.net con el asunto [Videoconferencia], por Twitter a través de @radioslibres o a través del chat de la transmisión en Youtube.

La podrás ver en este enlace, **si no puedes asistir** quedará grabada en ese mismo enlace para verla en otro momento.

Asiste en los siguientes horarios:

- 11’00 Centroamérica, México
- 12’00 Ecuador, Colombia, Perú, Panamá, Cuba
- 13’00 República Dominicana, Venezuela, Bolivia
- 14’00 Paraguay, Argentina, Chile, Uruguay, Brasil
- 18’00 Europa

Tabla de horarios en tiempo real aquí

Evaluación

La tarea final de este curso se explica en detalle en el **último capítulo.** Es necesario enviarla antes del **domingo 13 de febrero 2022**. Será completar el proyecto de podcast y hacer un avance, promoción o *trailer* con un Headliner para su promoción (ya sabrás lo que es). Estará indicado dónde subir los documentos. Los escucharemos y trataremos de darte retroalimentación. La rapidez y profundidad de la devolución dependerá del volumen de tareas a evaluar.

Certificado

Si cumples con la entrega, en tiempo y forma, de la tarea final, te enviaremos a tu correo electrónico un certificado de Radios Libres.

Gracias por inscribirte en este curso. ¡Empecemos!

Capítulo 1 – ¿Qué es un podcast?

Lo primero que debemos saber si queremos hacer un podcast es entender a qué nos referimos. ¿Es el podcast radio? ¿Son diferentes?

Lo primero que debemos saber si queremos hacer un podcast es entender a qué nos referimos. ¿Es el podcast radio? ¿Son diferentes? Algunos dirán que sí, que tiene “patrones de distribución y consumo distintos al de la radio”. Otros, entre quienes nos encontramos, dirán que es esencialmente lo mismo. Incluso que podemos encontrar en las viejas distribuciones de Serpal por cassette un antecedente de la “radio por suscripción”. Veamos, entonces, qué entendemos por podcast.

Podemos definir al podcast como un contenido radiofónico empaquetado, publicado en Internet y listo para ser escuchado, descargado o compartido. Es **radiofónico en la medida en que comparte su lenguaje**: por eso lo entendemos como una forma de la radio. Ahora bien, esta forma tiene ciertas características que puedes exprimir y aprovechar para potenciar tu proyecto.

Las libertades de la producción de podcast

1. **Independencia**. No dependes de las decisiones editoriales de una emisora.
2. **Duración**. No hay una duración predefinida.

3. **Tiempos**. Puedes tomarte el tiempo que necesites para desarrollar una investigación y una producción. Las fechas de publicación son más flexibles.
4. **Experimentación**. Puedes romper con los formatos clásicos de la radio. Es una oportunidad para la innovación sonora.

Además:

- **Serialización.** El podcast permite pensar en forma de serie y así abordar temas en profundidad, organizar la producción, darle periodicidad y generar expectativa.
- **Permanencia.** Los contenidos ya no se esfuman, pueden ser escuchados nuevamente.
- **Profundización.** El podcast, por el tipo de escucha más dedicada permite que una mayor elaboración y profundización de los temas, tenga lugar. Entonces, puedes abordar temas más complejos, más condimentados, con una producción de largo aliento.
- **Con poco, mucho.** Puedes producir, grabar, editar y publicar tu solo y con pocos recursos tecnológicos y económicos.

Las audiencias también tienen libertades:

- Como público, puedes **elegir qué escuchar,** en qué momento y cada cuánto, en qué lugar y con qué dispositivo.
- Como público también puedes **explotar la curiosidad** y buscar contenidos inusuales.

Tipos de podcast

Para seguir definiéndolos, podríamos clasificarlos según diferentes criterios. Algunos son los mismos criterios con los que clasificamos los contenidos radiofónicos en general, es decir, por género (periodístico, dramático, musical) o por formato (la forma que adopta ese género, es decir, programa, entrevista, documental, radionovela, etc). Para saber más sobre géneros y formatos te recomendamos el Manual Urgente para Radialistas Apasionadxs de José Ignacio López Vigil.

Ahora bien, siendo que **el podcast es posibilidad de exploración**, aquí tenemos una oportunidad de volver a ver las clasificaciones tradicionales, resignificarlas, cuestionarlas, tensionarlas y ver qué pasa. Entonces, antes de seguir tu proyecto, hazte preguntas: ¿puedo combinar dos géneros? ¿puedo inventar un formato que no exista? ¿Puedo utilizar un formato que normalmente es de un género, para un contenido de otro género? Por ejemplo, ¿una entrevista pero ficcionada? La respuesta siempre es sí, todo se puede al menos en la etapa de proyecto y de exploración. Luego, si no nos gusta o no nos convence, modificamos.

Si todo contenido radiofónico empaquetado y publicado en Internet puede entenderse técnicamente como podcast, ¿todo es igual? No. Por eso, otra forma de clasificar a los podcasts es la que nos permite diferenciar entre lo que hemos llamado podcast pieza sonora, podcast magazine y podcast storytelling. Es una clasificación orientativa, en convivencia e hibridación.

Podcast pieza sonora: muchas veces producidos por emisoras de radio o productores de radio, pueden ser piezas únicas como un documental unitario, incluso un recorte de algo que sucedió al aire. Algunas piezas son producidas más a estilo del podcast storyteling que veremos a continuación, otras son simples recortes de la radio tradicional.

Podcast magazine: ya se trata de podcasts nativos, es decir, que se parecen bastante a los programas de radio en directo pero que nacieron como podcast, hechos por personas que no pasaron por la radio, para ser publicados en la red. Mesas de conversación sobre un tema de nicho con poca producción artística y la espontaneidad del directo y de la charla cotidiana, pero para ser escuchado asincrónicamente. Miles de jóvenes encontraron en esta forma, una posibilidad de expresión sencilla, barata, accesible, y que no dependiera de una institución radiofónica.

Podcast storytelling. Una segunda etapa en este podcast nativo es con la sofisticación de las narrativas, la escritura de guiones, la serialización de historias, la estructuración en temporadas. Allí surgen experiencias con un cuidado sonoro especial, con mucha investigación y producción que hoy se expresan en grandes proyectos de calidad.

Si te interesa profundizar en este punto, puedes ver una comparación entre los tipos de podcast.

Saber más

- ¿Qué es un podcast? Posible caracterización de un término que lo agrupa todo.
- Podcast: posibles perfiles de un término contenedor.

- Movimiento podcaster: la nueva concreción de la radio libre.
- La historia de Serpal: ¿el proto-podcast?

Tarea

¿Escuchas podcasts? ¿Desde qué plataforma los escuchas? ¿Cuáles son tus favoritos? ¿Qué es lo que más te gusta de ellos? ¿En qué situación los escuchas? ¿Qué podcast te gustaría escuchar y no encuentras? Les proponemos compartir entre todas nuestras rutinas de consumo de podcasts.

Capítulo 2 – Pensar en el podcast que queremos: prototipado

La idea para un podcast puede surgir de cualquier lado: un tema de interés, un comentario de un amigo, un sueño, una película. Lo importante es darle forma.

Un ejercicio útil a la hora de pensar tu podcast es hacerle (y hacerte) algunas preguntas, tanto antes de comenzar el proyecto como durante su desarrollo. Ese ejercicio irá poniendo a prueba tu idea para ajustarla, modificarla, e identificar problemas.

Pensaremos, entonces, en nuestra idea como un proyecto:

- **¿Qué quiero contar?** Tener claro el tema y el recorte que harás.
- **¿Por qué quiero contarlo?** Tus motivaciones. Por qué crees que vale la pena.
- **¿Cómo lo voy a contar?** Qué forma elegirás para abordar el tema.
- **¿Esa es la única forma de contarlo?** No te quedes con lo primero que se te ocurra. ¡Investiga y experimenta!
- **¿Es viable producirlo?** Evalúa si es posible –económicamente, técnicamente, narrativamente– asumir el proyecto.
- **¿Cuál será el valor agregado de tu podcast?** Por qué la gente lo escucharía. Puede tener un diferencial temático o estético.

Elementos de un proyecto de podcast

El prototipado es un proyecto, una idea general que orientará la producción del podcast. A continuación describimos algunos de los elementos en los que tienes que pensar. No es necesario que tengas las respuestas ahora. De hecho, muchos de los elementos que aquí describimos los trataremos en los siguientes capítulos. Tómalos como una guía.

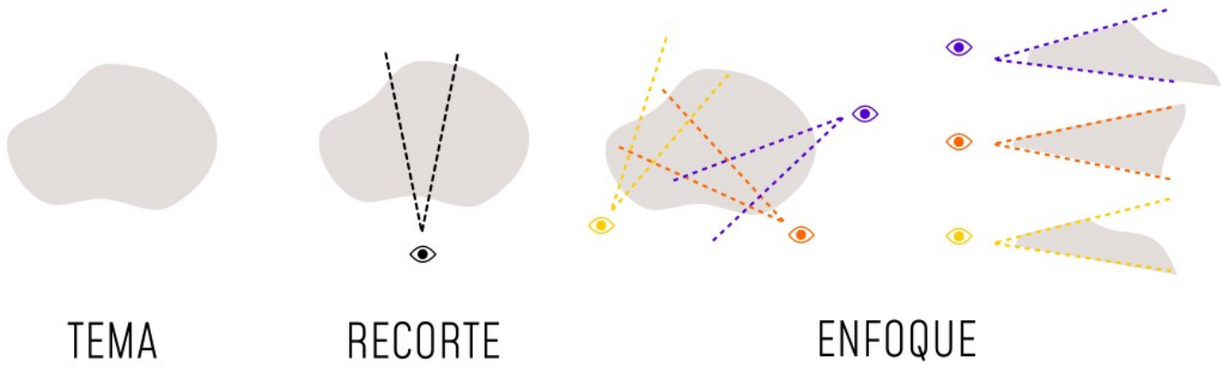
1. Título y sinopsis

Esta es la primera idea que tenemos para nuestro podcast. ¿Cómo lo describirías en una oración? ¿Cómo se va a llamar? Probablemente tengas la idea pero no el título. No te preocupes si no lo tienes al principio, ya se te ocurrirá a lo largo de la producción. Cuando pienses en el título procura:

- Que no exista otro podcast con el mismo título: puedes realizar una búsqueda rápida en las plataformas de podcast.
- Que sea fácil de recordar
- Que oriente en el contenido del podcast
- Que tenga chispa: juego de palabras, referencias a otras manifestaciones culturales, etc.

2. Tema, recorte y enfoque

Aquí debes describir sobre qué vas a hablar, en qué aspecto de ese gran tema vas a hacer énfasis y desde qué perspectiva. Por ejemplo: el tema puede ser “agricultura”, el recorte puede ser la “agricultura familiar” y el enfoque que le darás es: claves y consejos para crear y mantener huertas urbanas. Otro ejemplo: el tema la “violencia hacia las mujeres”. Los recortes podrían ser varios: la violencia contra las niñas; cómo se violentan los derechos sexuales de las mujeres; las casas de acogida para mujeres víctimas de violencia. Si elegimos este último recorte, podríamos enfocarlos desde distintas perspectivas: las inversiones que hace el Estado para mantenerlas entrevistando a las autoridades encargadas; cómo es el proceso para que una mujer acceda a estos hogares protegidos hablando con la directora de uno de esos centros; cómo viven el día a día una vez que están dentro recogiendo testimonios anónimos de las víctimas.



3. Audiencia

¡Importantísmo! ¿A quiénes vamos a hablarle? ¿Quién nos gustaría que nos escuche? ¿Qué cosas le gustan a ese grupo de personas? ¿Cuáles son sus referentes? ¿Cómo y cuándo crees que escuchan radio/podcasts? ¿Trabajando, en el transporte público, en las horas de ocio? Si bien es casi imposible hacer un estudio de audiencias puedes explorar los hábitos de consumo de los posibles radioescuchas y construir un oyente ideal.

4. Identidad sonora

Quienes vengan del periodismo probablemente no presten atención a este punto. Sin embargo, resulta crucial en la producción del podcast. El sonido transmitirá una intención. No prestar atención a la identidad sonora o no trabajarla lo suficiente puede generar efectos adversos en nuestro podcast. Por ejemplo, si ponemos una canción alegre a un testimonio duro, lo podemos estar ridiculizando. ¿Cómo nos gustaría sonar? ¿Qué ambientes queremos construir? ¿Qué emociones queremos transmitir? Todo eso lo generamos con nuestra identidad sonora.

5. Género

Hay muchas maneras de contar una misma historia. ¿Cuál elegiremos? Quizás en algún caso se ajusta mejor el género periodístico, o quizás nos ayuda la ficción o el documental. Podemos también hacer una producción experimental, musical, deportiva, de entretenimiento, etc. Hay muchas opciones. Siempre alguna nos dará los elementos que necesitamos. También podemos mezclar. No es una elección rígida. Por ejemplo, podemos usar ficciones en un documental para reconstruir escenas de las cuales no tenemos registro.

6. Formato

Una vez que elegimos el género, podemos elegir el formato: crónica, magazine, reportaje, entrevista, documental sonoro, cuña, radionovela, miniradio, tertulia, emotifones, sonomensajes, etc. ¿Y si optas por mezclarlos, hibridarlos, satirizarlos? También es una opción.

7. Estructura

¿Cómo lo vamos a contar? En este punto deberás definir la duración, capítulos, temporadas, orden en que se presenta el tema, escenas, libreto o guión, quién guía el relato, etc. Este punto está relacionado con el plan de producción que traces: si tienes que hacer entrevistas, deberás incluir el tiempo para coordinarlas, o calcular el tiempo de edición que toma hacer piezas muy cortas (sí, hacer piezas cortas a veces toma más tiempo que hacerlas largas), etc.

8. Alojamiento y distribución

Quizás aquí está el aspecto diferencial entre podcast y radio – si es que existe-: la distribución. En vez de transmitir nuestra pieza por la radio lo haremos a través de Internet. ¿A través de qué canales podrán escucharnos? ¿Lo haremos en vivo? ¿Lo alojaremos en nuestra página?, ¿en otras plataformas? ¿Qué agregadores utilizaremos? La distribución de podcast está concentrada en grandes plataformas (llamadas “agregadores”) como Spotify, Google Podcasts o Apple Podcasts, y aquí reside nuestro mayor desafío a la hora de garantizar difusión en entornos libres. Lo ideal es que subas tu podcast a tu página y luego lo distribuyas. Aprenderemos sobre este punto en el capítulo 8.

9. Identidad gráfica

Diseñemos una imagen que identifique a nuestro podcast en los distintos canales de distribución. Veremos cómo hacerlo en el capítulo 7.

10. Licencia

Una licencia nos permitirá dar de antemano permisos de uso sobre nuestro podcast. Para lienciar tu podcast simplemente debemos elegir el tipo de licencia que queramos y explicitarlo. Puede ser en los metadatos del podcasts, en la página web dónde lo subamos o en nuestro feed de RSS. Algunas licencias a explorar son: Creative Commons, Licencia de producción feminista de pares, GDFL, etc. Aprenderemos sobre este punto en el capítulo 8.

Tarea

Descarga esta plantilla de prototipado de podcast y empieza a rellenarla. Probablemente no sepas qué poner en todos los campos. La iremos completando a medida que avance el curso. Finalizaremos con el documento completo. Esta plantilla la puedes usar en el futuro para tus proyectos de podcast e ir agregando campos a medida que los necesites. Si no tienes una idea clara de podcast, invéntate uno y comienza a llenar la plantilla como ejercicio.

En los comentarios escribe tus dudas respecto al prototipado. ¿Hay algún campo que no entiendas o no sepas qué poner? ¿Agregaste un campo que no estaba contemplado y consideraste necesario a la hora de pensar en tu podcast?

Capítulo 3 – Principios, claves y pasos de la producción radiofónica

Principios, claves y pasos para producir tu podcast.

El proceso de producción radiofónica es muy personal. A medida que ganamos experiencia produciendo podcasts vamos a conocernos mejor como productores y productoras radiofónicas: qué nos gusta y qué no, qué cosas y pasos nos son útiles, cómo podemos aprovechar mejor la creatividad de nuestro equipo, etc. Este curso de producción de podcasts está estructurado de acuerdo a los pasos de producción: empezamos por prototipipar y diseñar, seguimos con la investigación, recopilación de materiales y grabaciones, y continuamos en la posproducción con el montaje, escucha, ajustes y distribución. Es decir, al finalizar, tendrás una idea general de los pasos necesarios para contar una historia en sonido.

En este capítulo les proponemos una serie de principios para tener en cuenta a la hora de producir el podcast y una descripción de las etapas en las que podemos organizar el trabajo para organizar el trabajo y no abrumarnos.

Principios para la producción radiofónica

1. **Pensemos en nuestra audiencia.** Hacemos radio porque nos gusta, porque tenemos algo que decir. Pero si hablamos es para que nos escuchen. Por eso siempre tenemos que tener presente a nuestra audiencia, porque producimos para ella.
2. **¡A prepararnos!** Tenemos que trabajar, y mucho. No podemos simplemente pretender sentarnos a hablar de lo primero que se nos ocurra. Sobre todo si queremos hacer piezas cortas, ¡estas llevan mucho más trabajo! Lograr una síntesis sin fisuras no es cosa fácil.
3. **Fomentemos la imaginación.** Apostemos por la creatividad y usa los sonidos para crear escenarios, ambientes, transportarnos a lugares lejanos. La imaginación de nuestra audiencia es nuestra mejor aliada en la producción. Recordemos que no sólo comunicamos con palabras.
4. **Diversidad de voces y voces diversas.** Queremos dejar de escuchar siempre las mismas voces y sus historias. Busquemos esas historias que están en los márgenes y que son relevantes para las mujeres, las personas trans, las lesbianas y gays, las personas queer, pueblos originarios, desplazados, migrantes, niños y niñas, juventudes, tercera edad, y todas aquellas que se alejen del centro del poder. Hay muchas voces que necesitan ser escuchadas, muchas historias atractivas que no interesan en general a los medios masivos.
5. **Cuidemos la calidad.** Los contenidos interesantes también necesitan sonar bien, si no, perderemos audiencia. Que las voces suenen limpias, que la música no pierda definición, que las transiciones no molesten al oído. Nuestra pieza tiene que tener cohesión y coherencia sonora. La estética es una opción política. Cuidemos a quienes nos escuchan. No estamos compendiando palabras grabadas; estamos componiendo una obra sonora.

6. **No aburramos ni nos aburramos.** Si no nos divertimos haciendo radio menos lo harán quienes nos escuchen. No vivamos el proceso de producción como una carga o un sufrimiento porque se trasladará a nuestro podcast. La alegría y la risa son reivindicativas.
7. **Trabajemos en red.** Somos muchas personas haciendo radio: compartamos y aprendamos de las demás. Podemos impulsar procesos de formación horizontal, podemos difundirnos entre pares, podemos hacer colaboraciones puntuales, coberturas conjuntas. ¡Son muchas las maneras de fortalecer la red!
8. **Salgamos de nuestros estudios.** Descubramos todo lo que la realidad tiene para contarnos. Poco aprenderemos y menos historias descubriremos desde nuestras casas o estudios. Piensen en toda la gama de sonidos que tenemos allá afuera. ¡Salgamos a buscarlas!
9. **Pongamos la vida en el centro.** Si no llegamos, no llegamos. Incorporemos el autocuidado como estrategia de producción. Si nos quemamos, si no dormimos, si comemos mal, si nos estresamos, si se resienten nuestras relaciones personales, la producción de nuestro podcast no vale la pena.
10. **Conozcamos todos los recursos.** Aprovechemos todo el lenguaje radiofónico: sonidos, efectos, voces, ruidos, silencios, músicas de todas partes. Pensemos en nuestro podcast como una ensalada: ¿sólo comeremos lechuga? ¡No! pensemos en traducir a sonidos todos esos colores y texturas, tamaños y temperaturas que la realidad tiene para mostrarnos.
11. **Usemos lenguaje sencillo e inclusivo.** Hablemos para que nos escuchen, no para que nos lean, y recordemos que el lenguaje instituye sentido. La clave está en escribir como hablamos, aunque lleve práctica. Usar esdrújulas no nos convierte en eruditas.
12. **Optemos por software y licencias libres.** La construcción de conocimiento es siempre un proceso colectivo, por eso compartir es bueno. Como feministas no podemos estar sino en contra de la mercantilización del conocimiento. Usemos software libres y contenidos libres que estén alineados con este principio.

Etapas y cronograma

Diseño y planificación

Esta es la instancia que vimos en el capítulo de prototipado del podcast: el momento en el que pensamos qué queremos contar, cómo y a quién. Es importante dedicarle el tiempo que se merece, dejar madurar la idea, volver y ajustar. Pero cuánto más claro tengamos este proyecto más fácil será seguir el camino. El prototipado tiene que servir como una plataforma, una guia y no como una camisa de fuerza que no nos permita incorporar innovaciones en el futuro.

Investigación y reunión de materiales

Probablemente hayas elegido un tema para el podcast que te toque de cerca: porque te interesa, porque trabajás de eso, porque es una pasión, porque tuviste acceso a un material inédito, porque te divierte, etc. Es raro que te dediques a un tema del que no conoces nada. Aunque también puede ocurrir, por ejemplo, si te contratan para producir un podcast para terceros.

Aún en el caso de estar familiarizada con el tema, es probable que te preguntes ¿de qué se trata todo esto? Investiga para obtener información con la que conocer del tema, comprenderlo, obtener datos y recursos con los cuales escribir el guión de tu contenido. Busca en libros, revistas, Internet y redes sociales, lo que se llama “investigación de escritorio” pero también entre tus contactos, llama, pide referencias, contactos. Usa una variedad de fuentes.

Durante este proceso de indagación ya debes pensar en sonidos, porque lo que vayas encontrando debe sonar. Reúne materiales sonoros que te puedan servir para tu podcast: audios de archivos históricos, programas de radio y de televisión, testimonios. También es el momento de ir recolectando músicas, efectos sonoros o paisajes sonoros, y reservarlos. La antena sonora debe estar siempre prendida. En esta etapa también debes configurar una lista de entrevistas y grabaciones que necesitas hacer. Todas ellas podrás dejarlas por asentado en el plan de producción.

Si tu podcast será de ficción, también debes informarte sobre el tema que quieres tratar y obtener diferentes materiales sonoros, algunos de los cuales podría servirte para combinar en el audio final.

Guion

Nos centraremos en la redacción del guion (sí, va sin tilde) en el capítulo 5. Es importante, sin embargo, saber que el guion es, como su nombre lo indica, una guía y, por lo tanto, un documento flexible que se va

ajustando a medida que avanzamos con la producción del podcast. Probablemente, al finalizar, no coincidan en su totalidad, lo cual no está mal. Empezarás con una propuesta de guion que enriquecerás cuando hagas las entrevistas o recojas testimonios y que editarás, una vez más, cuando tengas claros todos los elementos del podcast.

Grabaciones

También nos adentraremos en este punto en el capítulo 4. Esta es una etapa central de la producción radiofónica porque genera la materia prima con la que luego trabajaremos. Ya sea grabar entrevistas, exteriores o locuciones en estudio, tenemos que incorporar esta etapa en el plan de producción.

Procesamiento de materiales

Una vez que se ha grabado hay que seleccionar las piezas que se utilizarán, transcribirlas para incluirlas en el guion, tomar el tiempo, etc. Es lo que en cocina se llama la *mise en place*, poner sobre la mesa todo los elementos que utilizarás en la etapa del montaje.

Montaje

Eso que nombramos como “montaje” a secas, en realidad esconde toda una serie de tareas que, aunque se enfoquen en el tratamiento sonoro, abarcan elementos diferentes: el tratamiento de los audios, la edición, el diseño sonoro, el montaje y la masterización. Ya nos adentraremos en cada una de estas tareas en el capítulo 6. Por ahora lo traemos a colación para entender que se trata de un proceso con varios pasos y diferentes sentidos.

Escucha y ajustes

Esta es una instancia crucial de la producción radiofónica. Aunque parezca increíble, muchas veces nos olvidamos de escuchar. Cuando tengamos la primera versión es recomendable hacer un ejercicio de escucha. Esta puede ser de manera individual o colectiva, tanto con el equipo como con otros amigos, colegas productores, y familiares. Así podremos saber si se entiende el mensaje, qué sensaciones genera, si falta algo, si hay que ajustar sutilezas en la edición, etc. Aprovecha esta oportunidad para generar expectativas con la publicación de tu podcasts. Puedes hacer sesiones de escucha y luego debate con preguntas facilitadoras. Dejar “madurar” la pieza un tiempo y luego volver a escucharla también es muy provechoso.

Distribución

No debes dejar al azar esta parte central del podcast, quizás su elemento definitorio frente a la radio. Esta instancia toma tiempo, ¡y mucho! Sobre todo la promoción y construcción de comunidad de oyentes. Asegúrate de incluir las actividades correspondientes a esta etapa en el plan de producción. Veremos más en detalle la distribución y promoción del podcast en el capítulo 8.

Saber más

- Cómo producir un programa de radio.
- Manual urgente para radialistas apasionadas y apasionados

Tarea

En el documento que descargaste en el capítulo anterior encontrarás una segunda página (las pestañas de la zona inferior del documento) con un plan de producción. Allí podrás desagregar cada una de las actividades que implica la producción del podcast. Es un documento flexible que puedes adaptar a tus necesidades, tu contexto, tu equipo. Te invitamos a enumerar todas las actividades que necesitas llevar a cabo para completar tu podcast, asignando tiempos y responsables.

Comparte en los comentarios cuál ha sido tu experiencia con este cronograma de producción. ¿Crees que ordena tu trabajo? ¿Que te ayuda a hacer más asumible la tarea de pensar el podcast? ¿Te resulta confuso?

Capítulo 4 – Grabación de exteriores y de voces

Se trata de una primera etapa de grabaciones, que forma parte del período de recopilación de materiales.

Recuerda que recomendábamos que en la invesitgación obtuviéramos sonidos que nos sirvieran para la producción. Pues bien, luego de dar con entrevistados o de encontrar posibles lugares donde ir a grabar, haremos esos primeros registros para contar con materiales para elaborar el guión.

Tips para las entrevistas

Piensa **el uso que le darás a la entrevista** antes de hacerla, para saber cómo abordarla: ¿usarás solo la voz de tu entrevistado o incluirás el diálogo contigo?

Elabora un **cuestionario que funcione como guía**. Pero trata de no estar mirándolo todo el tiempo, para no enfriar la conversación. Improvisa.

Cuidado con interrumpir durante el testimonio de tu entrevistado, si es que necesitas su voz limpia, sin tus intervenciones.

Pide que **retome la pregunta** para que el oyente intuya la pregunta aún sin escucharla. Es decir, no sirve: -¿Dónde naciste? – En Maracaibo; sino -¿Dónde naciste? – Yo nací en Maracaibo.

Genera confianza para que la persona entrevistada se suelte. Haz algunas **preguntas ligeras al comienzo**, para entrar en clima. Algunos productores prefieren hacer varios encuentros con el entrevistado para generar confianza y conocer los temas. Te recomendamos esta técnica solo si tienes tiempo y si se trata de una historia de vida. De todos modos, la espontaneidad de la primera entrevista, no se remplaza con nada. La confianza la puedes ir generando en el transcurso.

Monitorea pero no te abstraigas. Siempre es bueno monitorear el sonido de la grabadora, es decir, tener auriculares para saber lo que está captando la grabadora, pero eso puede dar la sensación al entrevistado de que estás más pendiente de eso que de él o ella. Por eso usa auriculares pequeños, que no se vean tan aparatosos. Incluso quítate uno de ellos para dar mayor sensación de presencia y atención, y para además poder estar pendiente de todo el contexto.

Demuestra que estás prestando atención a lo que te cuentan, **repreguntando o pidiendo detalles** sobre las respuestas. Estar pendiente de la grabadora o las preguntas enfría la conversación. Mira a los ojos y si algo sucede en el contexto no intentes solucionarlo mientras el entrevistado está hablando. Explícale, corta y luego retoma con todas las antenas dispuestas a tu personaje.

Aprovecha la primera impresión de la entrevista. Apenas te despidas, anota en un cuaderno los **momentos que te hayan parecido más relevantes**. Es un primer tamiz para elegir qué partes vas a seleccionar.

Consejos para usar la grabadora

Evita manipular el dispositivo. Busca un trípode o fabrica uno. Si no tienes, apoya la grabadora en un lugar que no vaya a ser tocado ni golpeado durante la entrevista.

Graba sin comprimir (en formato WAV) y si no puedes, graba con la mayor calidad posible.

Asegúrate tener **espacio de almacenamiento disponible, batería suficiente** o repuesto de pilas.

Si usas celular acuérdate de poner **“Modo avión”** para evitar notificaciones sonoras o vibraciones que puedan comprometer el audio.

Si tienes acceso a un **micrófono externo** de buena calidad no dejes de usarlo. Los audios ganarán en fidelidad.

Mantén una **distancia** de por lo menos cuatro dedos entre tu boca y el micrófono de la grabadora.

Prueba la **ganancia** antes de iniciar la grabación. Si satura será difícil recuperar el audio en la edición.

Aplicaciones para grabar con celular

Si tu celular tiene una aplicación nativa para grabar audio que ya manejas, úsala. Si no, explora estas posibilidades:

Dolby On. Graba y permite posproducir el audio con estilos predeterminados. También permite una edición muy rudimentaria: recorta el inicio y el final del audio.

ASR Voice Recorder. Graba en una variedad de formatos y permite convertirlos posteriormente. Tiene integración con Nextcloud, Dropbox, Google Drive o FTP, de modo que se puede grabar en alta calidad sin miedo a quedarse sin espacio.

RecForge II. No sólo graba audios sino que permite editarlos. No es una tarea sencilla editar audio desde un teléfono pero para recortar y sumar partes es más que suficiente.

Grabar testimonios en exteriores

Presta atención al lugar donde grabes. Un **lugar sin ruido**, sin viento, alejado de avenidas y aceras transitadas, lejos de obras. No hay lugar perfecto, pero hay algunos mejores que otros.

Tener **cuidado con el viento** porque genera mucho ruido. Además de elegir un lugar a resguardo del viento, también hay accesorios que facilitan la tarea. Los windscreen, cortavientos o gatos, esas espumas peludas que se colocan alrededor del micrófono, son una opción casi imprescindible para exteriores. Hay modelos para la grabadora y también para los teléfonos celulares.

Graba siempre unos minutos de silencio como **sonido testigo**. Luego te servirá en la edición para hacer el montaje, suavizar los cortes, etc.

Trata de **monitorear**. Esto es, conectar auriculares para escuchar y poder modificar los niveles de ganancia y la posición de la grabadora o celular. Esto es necesario para cualquier grabación pero, sobre todo, para lugares sonoramente hostiles y que escapan a nuestro control, como exteriores.

Colaboraciones por mensajería

La mensajería instantánea ha facilitado el acceso a fuentes. Permite que las personas envíen audios de manera muy sencilla, tanto para armar entrevistas en falso vivo como para usar sus testimonios.

Brinda a tu fuente los mismos consejos que usas en tu grabación: que elija un lugar tranquilo, sin ruido, que se aleje del micrófono.

Comienza con un ida y vuelta para generar confianza con la persona que va a ofrecerte su testimonio. De esa manera, se olvidará que está frente a un micrófono y será más auténtica.

Al contrario que Whatsapp, Telegram no comprime los archivos, por lo que es una mejor opción para obtener audios.

También puedes realizar la entrevista por celular y grabarla. Para esto, la grabación nativa de Android –aparece cuando haces la llamada– o la app Record My Call son una buena alternativa.

También puedes hacer las entrevistas a distancia con diferentes herramientas de videoconferencia y audioconferencia. Por ejemplo, Jitsi permite encontrarte con tu entrevistado, verse las caras, conversar y grabarlo. También Zencastr es una buena opción para entrevistas en audio: te conectas con tu entrevistado y permite grabar cada voz en tracks separados, de modo de que luego puedes tratar los audios de cada voz por separado.

Tarea

Sal a tu barrio a grabar un paisaje sonoro. Monitorea en la medida de lo posible. Observa si el viento entra y cómo evitarlo, cuánto se graban los movimientos mismos de la grabadora, intenta una caminata sonora y presta atención a la cantidad de estímulos sonoros que hay: ¿qué sonidos captaste? ¿alguno de ellos es característico de tu país, ciudad o barrio?

Capítulo 5 – Guion: pasos y claves para guiar el relato

En este capítulo aprenderás que un guión es un documento vivo, que nos orienta pero a la vez se transforma a medida que avanzamos en la producción.

Primera versión del guion

El guión o libreto es la guía textual de lo que luego será tu podcast. Es la hoja de ruta que guiará el montaje final. Incluye los textos que redactaste para las locuciones, los cortes de testimonios, los audios elegidos, las músicas, los sonidos.

En esta etapa debes derrotar a la hoja en blanco. Escribe lo que te salga. Ya habrá tiempo de corregir. Es una primera versión de la estructura. En el guión puedes anotar aquello de lo que debes hablar, lo que no significa

que no vayas a improvisar luego, dependiendo del tipo de podcast que quieras realizar. El guión siempre es útil.

El libreto de una producción grabada no tiene las obligaciones temporales de un programa radiofónico que se emite en una radio tradicional, lo que permite mayor flexibilidad.

Como siempre, depende mucho del tipo de podcast que elijas hacer. Si vas a hacer un informe con mucha narración, tu guión tiene mucha locución que brinda información de la investigación; si tu podcast es de radiodrama, serán los diálogos; si tu podcast es de conversación quizás no tengas el guión tan detallado pero sí una estructura de los temas y enfoques a abordar en cada fragmento, como así datos útiles para incorporar en el relato.

Tiempo	Guión técnico	Guión narrativo	Duración	Notas
00:00:00	Apertura (00-apertura.wav)		00:30:00	
00:00:30	Crossfade. Cortina 01 (01-La mariquita.wav). Baja a los 5 segundos.		00:05:00	
00:00:35	Locutora (Elena).	"Amo la mano árida que cultiva el alimento que sumerge las manos en la tierra y saca de sus entrañas a su hijo vivo". No conocemos las manos que escribieron estas letras, pero sí las de quienes cultivan día a día las huertas familiares del barrio de San Cristóbal.	00:20:00	
00:00:55	Testimonio 1. (02-sandra-A.wav)	"Nosotras estamos acá todos los días cuidando las huertas, regando, compartiendo semillas. Después, a veces a las tardes, nos juntamos para ver qué vamos a sembrar la siguiente estación."	00:30:00	
00:01:25				

Tips de redacción

- **Escribe como hablas.** No uses palabras muy difíciles de pronunciar ni de oír ni uses palabras poco habituales.
- **No uses frases muy largas.** Trata de darle ritmo utilizando frases cortas. Quien haga las locuciones tiene que respirar y la audiencia también.
- Cuando elijas una cita textual de una entrevista o testimonio, **corta el audio y déjalo listo** y bien nombrado en el guión para agilizar la instancia del montaje.

Reescritura

Tienes una instancia más para mejorar el libreto. Si en el paso anterior lo importante era plasmar todo lo que querías decir, y ubicar los materiales con los que cuentas como ladrillos de una pared, en esta instancia lee y corrige; empareja y pinta esa pared. Recuerda que es un guion radiofónico, debe ser agradable al oído, equilibrado en los materiales y comprensible.

Consejos

- **Observa si algún pasaje de tu guion está quedando demasiado largo.** El guión brinda esa noción desde lo visual. Si hay un bloque de texto muy largo, deberás ingeniártelas para agilizarlo: divídelo, ponle algún sonido, haz intervenir otra voz, córtalo con alguna escena con acción.
- **Lee el libreto en voz alta y grábate**. Así te darás cuenta de frases que quedaron largas, de palabras que suenan poco habituales o difíciles de entender. Aquí podrás hacer más sonoro tu libreto.
- **Pide a un amigo o familiar que escuche** y te comente si se entiende.
- **Presta atención a la última frase o escena de cada episodio.** Debe brindar un suspenso, una emoción, algo para dejar pensando a la audiencia luego del final.
- **Los primeros treinta segundos son clave**. Elige un testimonio contundente, un sonido elocuente, incluso antes de que una narración dé la bienvenida al contenido.

Locuciones

Ya grabaste las entrevistas y algunos ambientes o sucesos en campo. Ya redactaste el guión donde ordenaste esos materiales con los materiales de archivo, ya señalaste qué músicas y sonidos querrías que aparezcan y los textos que guiarán la narración. Es momento de grabar las locuciones para el podcast final. Es el momento de la “puesta al aire”. Puedes elegir hacerlo estilo vivo, sin cortes, con espontaneidad, o grabar

leyendo un libreto y haciéndolo varias veces hasta que salga como quieres. De nuevo, todo depende del tipo de podcast que quieres realizar.

Puedes grabar con un micrófono externo enchufado a una interfaz de audio o a tu computadora, o directamente con la grabadora. Cualquier programa de edición de audio permite grabar. Audacity es un programa de edición multipista libre y gratuito que ofrece esa posibilidad. Algunas plataformas como Anchor también permiten grabar directamente desde la computadora, aunque no es lo más recomendable.

Tips para grabar en estudio

No subestimes el poder de una buena locución. Cuando decimos “buena locución” no necesariamente hablamos de un locutor profesional ni una voz engolada. Sé expresivo/a, cálido, explica, date el tiempo, y graba claro. Un ambiente bien acondicionado acústicamente otorgará calidad a la grabación y profesionalidad al podcast. Si no tienes un estudio, busca un lugar tranquilo de tu casa: lejos de ventanas y pasillos, y que no esté cerca de los ambientes que estarán habitados al momento de grabar.

- **Evitar grabar cerca de superficies lisas y rígidas** en las que rebote el sonido. Hay que optar por superficies porosas que absorban las ondas y eviten la reverberación: espumas, cortinas, mantas, corcho.
- **Graba varias tomas** para tener más versiones para elegir la que más te guste.
- **Respira, relajate, no te apures.** Graba parte por parte. Modula las palabras. Ten un vaso de agua cerca.
- **La comodidad ante todo.** Graba sentado o de pie. Lo importante es que estés erguido, mirando hacia el frente y con el pecho abierto.

¿Y si no tienes estudio? ¡En tu casa!

SI no tienes acceso a un estudio igualmente puedes grabar un podcast. Puedes producir piezas radiofónicas desde casa sin sacrificar su calidad. Si tienes equipos profesionales, mejor. SI no, hay que optar por alternativas con los elementos que estén a mano y un poco de creatividad.

¿Cómo puedes reproducir las condiciones de un estudio de grabación? Lo importante es trabajar sobre dos puntos que muchas veces se confunden: la insonorización, es decir, que no entren sonidos del exterior, y el acondicionamiento acústico. Algunas cosas que se pueden hacer:

- Identifica un **lugar tranquilo de tu casa u oficina** (si es posible) en el que no surjan ruidos inesperados: lejos de ventanas y pasillos, y que no estén cerca de los ambientes que estarán habitados al momento de grabar. Si no se cuenta con un espacio indicado, se puede negociar un momento tranquilo. Si tienes niños o niñas a cargo, involúcralos en la grabación para que se entretengan, ¡puede resultar divertido!
- Hertz Lovers es un proyecto de acústica Open Source que ofrece tutoriales para fabricar **paneles absorbentes y difusores** utilizando madera, poliestireno expandido y lana de vidrio (o sus alternativas ecológicas). El paso a paso y la lista de materiales está disponible en su web.
- Si no es posible acceder a un espacio físico adecuado, se pueden crear **cabinas vocales portátiles** que resultan más versátiles. Por ejemplo, meter una manta sostenida con pinzas de la ropa a los extremos de una caja cartón; conseguir 5 espumas absorbentes y pegarlas a sus laterales interiores; o construir un biombo de cuatro paneles que se pueda plegar.
- Los armarios (clósets o placares) grandes, que tengan mucha ropa o abrigos que absorban las ondas, pueden ser aliados del radialista confinado. No es el espacio más cómodo del mundo, pero es una solución de emergencia, al igual que ponerse una manta por encima. Todo esto evitará que el sonido reverbere y parezca que el sonido fue grabado dentro de una catedral.

Compartimos algunos consejos para hacer una grabación de calidad, tanto con celular como con una grabadora tradicional o micrófono:

- **Manipular lo menos posible el celular** o la grabadora durante la grabación. Se recomienda el uso de trípodes para asegurar su estabilidad. Se puede usar el de la cámara de fotos o hacer alguno casero con un pedazo de cartón o vaso.
- **Grabar con la mejor calidad posible**, preferiblemente WAV para no perder fidelidad. ¡Ojo!, asegurarse de tener disponible espacio de almacenamiento. Si se opta por grabar en mp3, que sea de 192 kbps para arriba.
- Si se usa el celular, hay que acordarse de **ponerlo en “Modo avión”** para evitar notificaciones sonoras o vibraciones que puedan comprometer el audio.

- Usar, en la medida de lo posible, un **micrófono externo.** Es verdad que no siempre son accesibles. Pero si tienes uno de mejor calidad que el de la grabadora, ¡úsalo!
- **Mantener la distancia.** Al igual que con un micrófono convencional, dejar más o menos cuatro dedos de distancia entre su boca y la grabadora. No grabar tan directo al micrófono ayuda también a evitar los popeos o soplidos.
- Probar la ganancia antes de iniciar la grabación. Si no es suficiente, puede subirse el nivel de entrada. ¡Ojo**, si satura, será difícil recuperar el audio en la edición!**

Tarea

Vamos a empezar a preparar lo que será la tarea final. A partir del prototipado de tu podcast escribe el guión del avance, *trailer* o promoción. Recuerda que debe durar como máximo un minuto y generar expectativa suficiente para que la potencial audiencia lo busque. Deben quedar claro el tema, título y dónde encontrarlo. Aunque sea poco tiempo -de todos modos, un minuto siempre es más de lo que imaginamos-, es un guion complejo porque hay que transmitir muchas ideas en un espacio reducido.

Una vez que lo tengas, graba la locución con tu celular. No utilizaremos esta grabación. Solo queremos que la escuches. ¿Qué te pareció? ¿Tuviste que grabarla varias veces? ¿Te sentiste cómoda grabándola? ¿Te alcanzó el tiempo? ¿Te quedaste corto? ¿El tono, la intención y la cadencia son las adecuadas?

Capítulo 6 – Edición y montaje

Lo que se conoce como edición o montaje, en realidad tiene varias etapas y aristas.

Muchas veces se hacen en paralelo. Pero en este curso queremos que sepas sus diferencias y seas consciente de todo lo que debe hacerse aquí. Para eso vamos a diferenciar entre diseño sonoro, tratamiento de audios, edición, montaje y masterización.

Diseño sonoro

Esta etapa tiene que ver más con la identidad sonora que antes mencionábamos. Debes proyectar de qué modo quieres que suene la pieza, qué la identificará, cuál será su perfil sonoro. Hay quienes fabrican los sonidos que usarán en el contenido. Hoy puedes hacer eso de formas caseras, grabando y manipulando esos sonidos para generar señales de identidad. También es el momento de decidir qué tipo de música identificará el audio o serie. Incluso puedes animarte componiendo pequeños fragmentos musicales que te sirvan. En páginas como Playtrónica hay sintetizadores virtuales que puedes explorar. También hay aplicaciones como Korg en Android. Piensa que es parte del diseño también la realización de la apertura y cierre, separadores si los tiene, los tipos de créditos.

Edición de audio

Tratamiento de audios

Le llamamos así a una primera etapa en la que mejoramos los audios que obtuvimos en archivo, en registros de campo o en las entrevistas. Aquí aplicarás reductores de ruido, modificarás volumen, algunas veces podrás experimentar con la compresión, los niveladores, normalización y ecualización.

Edición

En esta etapa seleccionas lo que te servirá para tu contenido. Si transcribiste las entrevistas, puedes guiarte con ese texto para saber qué usar. Si ya has aplicado esa edición en la forma textual para el libreto, solo tienes que ir al audio madre y hacer los cortes de aquello que seleccionaste y usarás. Este concepto de edición también sirve para otros audios como testimonios cortos, audios de archivo y registros de campo. Es una etapa de selección y descarte. También es la etapa en la que eliminas ruidos, silencios que no te sirven, balbuceos, repeticiones.

Montaje

Esta es la etapa en que con los audios mejorados, seleccionados y cortados, más la visión artística y estética del diseño sonoro, combinas todos los elementos y armas en un proyecto la pieza final de tu podcast. Es el momento de la composición final.

En todas las etapas de lo que concierne a lo que se conoce como edición pueden aparecer nuevas ideas, modificarse lo proyectado, incluso el guión y la estética, reubicar elementos, y es un momento en el que uno puede seguir dándose cuenta de ajustes que necesita el podcast, sobre todo en cuanto a lo sonoro, los tiempos, y es donde mejor entendemos la noción de ritmo para jugar con la agilidad y la profundidad de nuestra narrativa. Permítete salirte del guión; aquí aún estás a tiempo de experimentar y es una de las etapas más creativas. Ten en cuenta que estás componiendo una obra sonora como si fueras un músico.

Masterización

Luego del montaje final aún hay instancias de mejoramiento de la pieza. Puedes hacer una masterización o tratamiento completo del audio, aplicando aquí al montaje final compresores, niveladores, ecualizaciones para seguir mejorando tu contenido.

Elementos del lenguaje radiofónico

A la hora de montar tu producto final, reunirás todos los materiales que fuiste produciendo, como por ejemplo entrevistas o locuciones. Pero además necesitarás música, sonidos, audios de archivo.

Música

La música sirve para ambientar y es casi tan importante como las voces. No solo es un acompañamiento para que la voz no quede sola. La música cumple funciones tan importantes que pueden cambiarte completamente el carácter de tu contenido. Tómate el tiempo necesario para elegirla y piensa en sus diferentes roles:

- **Acompañante.** Una música que sirve de colchón para que las voces no estén solas. Intenta ser neutra y no muy protagónica. Esta misma música también cumple roles gramaticales. Puentes musicales que separan escenas, secciones o párrafos de un texto, que nos dirigen de un lugar a otro, que permiten al oyente relajar la escucha o reflexionar sobre lo que acaba de escuchar.
- **Reforzante**. La música que refuerza la emoción de lo que dice un entrevistado o la narración. Sirve para complementar la sensación que queremos enfatizar. Si se dice algo dramático, suena una música dramática.
- **Intrusa.** Llamamos así a la música que parece ir en contradicción con lo que se está diciendo. El efecto de esto es reforzar el sentido del texto, pero debes tener cuidado con que se comprenda la metáfora. Por ejemplo, si para hablar de un Estado corrupto lo musicalizas con música de circo, alegre, no es para decir que te alegra la situación, sino para causar un efecto de aberración, de indignación por la “fiesta” de los políticos.
- **Ilustrativa.** Incluimos fragmentos de temas musicales por lo que dice su letra, porque nos aporta una mirada más al tema que estamos desarrollando.

Consejos

- **Elige música libre de derechos de reproducción.** Busca en los recursos del módulo. De este modo evitas problemas con los derechos de autor, reconoces el trabajo de artistas independientes y usas música que no sea muy conocida, lo cual siempre es mejor para que el oyente preste atención al contenido y no se quede cantando la canción que ya conoce.
- Si usas música como fondo, procura que sea **instrumental**. La música con letra puede confundir y atentar contra la comprensión de las narraciones.

Existen plataformas que ofrecen música y efectos de manera gratuita o con modelos de suscripción. Para las opciones gratuitas, recomendamos leer con atención los términos de las licencias para saber cómo citarlos.

- **Jamendo.** Es la plataforma de intercambio de música con licencias libres por excelencia. Tiene una versión de uso personal y otra de uso comercial.
- **Pixabay Music.** Es un repositorio de música de fondo gratuita.
- **Free Music Archive**. Para buscar música con licencias Creative Commons.
- **Purple Planet.** También ofrecen música gratuita para proyectos personales en calidad media.

¡Prueba hacer tu propia música de fondo! A veces con dos o tres notas es suficiente para generar un ambiente.

Efectos de sonido

Hablamos de efectos especiales que puedes agregar para ilustrar y reforzar lo que se está diciendo, para ambientar, para dinamizar la escucha y evitar la monotonía. Por ejemplo, si se habla de una guerra, recrear ese ambiente con algunos efectos de disparos, bombas, gritos. Ten en cuenta que con unas pinceladas sonoras es suficiente para lograr tu cometido.

Pero también hablamos de los sonidos reales que puedes integrar a tu contenido. No todo se trata de sonidos de librería. Si necesitas que suene una puerta abriéndose, puedes grabarla tú. De esa manera, tu podcast será original. No habrá una paleta sonora como la tuya.

Por otra parte, los efectos de sonido no se reducen al foley ni hay que usarlos siempre de manera literal. Puedes integrar los ambientes sonoros de la realidad, llamados paisajes sonoros, convirtiendo tu podcast en un verdadero contenido de periodismo sonoro. Los paisajes sonoros ambientan, dan verosimilitud, brindan información y permiten al oyente meterse en el mundo que se les está presentando.

También tenemos los ruidos, como sonidos indeseados. En algunas circunstancias te pueden servir. Por ejemplo, algunos documentalistas sonoros valoran los ruidos como parte de sus producciones, pues acercan al oyente a una situación más vívida, conocida, una realidad que suena con todas sus imperfecciones, sus errores, y eso termina por configurar una pieza sonora real y cercana. Tu entrevistado está tomando café. Puedes pedirle que deje de hacerlo o puedes aprovechar el ruido que hará para generar un clima más cercano a la realidad. Además dejarás que no interrumpa su cotidiano para contestarte, con lo que lograrás mayor confianza.

Explora algunos repositorios de efectos para agregar a tu podcast. La mayoría está en inglés, usa Deepl para saber cómo buscarlos.

- **Free Sound**. Una de las páginas más completas de efectos.
- **Zaplast.** En formato wav y mp3.
- **BBC.** Repositorio de efectos de la radio pública del Reino Unido.
- **Intef.** Banco de sonidos del Ministerio de Educación de España.

Graba tus propios sonidos. Piensa en el tipo de sensación que quieres generar en la audiencia y qué sonido puede provocarla. En tu casa seguramente tienes máquinas, superficies y objetos que hacen ruido. Una gota de agua, un peine, vaijlla. Algunas pistas en Crea tus propios efectos de sonido.

El silencio

No profundizaremos demasiado en este elemento, pero recomendamos explorarlo, experimentar con él, nunca olvidar que puede ser un recurso. Si bien el silencio total no existe, tomamos al silencio como una construcción narrativa que nos permite enfatizar sensaciones y emociones a nuestro relato. Un “silencio narrativo”, entonces, puede consistir en un silencio total, pero también en una ostensible reducción de la carga sonora en determinado momento: si por ejemplo venimos escuchando un testimonio, con un paisaje sonoro ruidoso de fondo y una música, y de pronto el testimonio y el fondo se silencian, y solo queda sonando una música suave, por más que no haya silencio en sentido estricto, sí está presente esa función narrativa que queremos destacar. Así, ese tipo de frenos en la narración nos permiten dar un respiro con lo que la audiencia pueda reflexionar sobre algo importante que se acaba de escuchar; o dar un espacio de advertencia, de llamada de atención al oyente, sobre algo que se escuchará a continuación. Aunque no lo creas, en muchos casos deberás “grabar” silencios para agregarlos en tu montaje final, es decir, grabar unos minutos de ambientes silenciosos reales, que tienen una textura más verosimil y no tan abrupta como un silencio digital del software. Si quieres profundizar sobre los usos y formas del silencio, puedes leer aqui.

Edita y monta tu podcast

Audacity

Audacity es un software libre de edición de audio multipista gratuito. También es multiplataforma, lo que significa que puede utilizarse en GNU/Linux, Windows y macOS. Puede descargarse de su página oficial e instalarse como cualquier otro programa de acuerdo a tu sistema operativo. Si bien es un programa que a primera vista parecería demasiado básico, es lo suficientemente potente como para editar los audios y montar tu podcast con un calidad profesional.

Antes de abrir el proyecto es importante que tengas ordenados todos los recursos que utilizarás en tu proyecto. Y recuerda, graba todo el tiempo, nunca sabes qué puede pasar.

- Grabar y editar voces para podcast con Audacity
- Trucos de Audacity para editar clips de lujo

Ardour

Es un editor de software libre multipista y multiplataforma que te gustará si Audacity te resulta muy básico para lo que necesitas. La Red de Radios Comunitarias y Software Libre publicó un curso completo de edición de audio con Ardour en video. Puedes consultarlo aquí.

- ¿Conoces el editor de audio Ardour?
- Manual del Editor Multipistas Ardour 5

Tarea

Visita alguna de las páginas de música y efectos que te recomendamos. Selecciona dos canciones y tres sonidos (también puedes crearlos) que trabajen bien en conjunto y que, escuchándolos todos, transmitan la identidad sonora de tu podcast. ¿Sabes hacer música? ¡Anímate a crear música original! La gente a la que entrevistarás escucha cierto tipo de música? ¡Incorpórala! Las chicharras de las tardes de verano ¿transmiten la sensación que sientes al visitar la huerta urbana? ¡Úsalas!

¿Qué te costó más a la hora de pensar en la identidad sonora de tu podcast? ¿Qué fue lo más lindo de pensar en sonidos? ¿Tienes dudas?

Capítulo 7 – Identidad gráfica

Una cuestión importante es el diseño y realización de la imagen del podcast.

Aunque estemos tratando con sonido, el podcast también deberá tener una imagen. Los agregadores de podcast exigen una imagen cuadrada que tenga una dimensión de 3000 x 3000 pixeles (y cómo mínimo 1024 x 1024 pixeles). Es decir, si no tiene imagen de portada tu podcast no será aceptado por los agregadores. Tendrás que crear, por lo tanto, una imagen identificatoria, que más tarde podrás modificar para promocionar tu podcast en diferentes espacios.

Intenta usar una imagen realizada por ti. Lo ideal es que sea una imagen que genere impacto visual, que se distinga, que tenga el nombre del podcast. Puedes aprender a usar software vectorial como Inkscape. En ese caso, puedes explorar bancos de imágenes libres:

- **Unsplash**. Repositorio de fotografías.
- **Freepik**. Repositorio de ilustraciones.
- **Pixabay**. Repositorio de fotografías.
- **Búsqueda avanzada de Flickr.** Filtrando fotografías que puedan reutilizarse libremente.

Si no dominas programas de diseño vectorial, puedes utilizar plataformas que facilitan la tarea:

- **Canva**: tiene una sección específica de plantillas para podcasts.
- **Anchor** se asoció con Unsplah para ofrecer un asistente nativo de creación de portadas para tu podcast. Veremos cómo utilizar esta plataforma el capítulo siguiente. La opción para diseñar tu portada de podcast se activará cuando subas un episodio.
- **Edit.org** permite fácilmente elegir entre plantillas y personalizar tu portada.

Además, tener una imagen te servirá a la hora de realizar el audiograma, que es un trailer sonoro combinado con una sencilla animación, y que será parte de la tarea final.

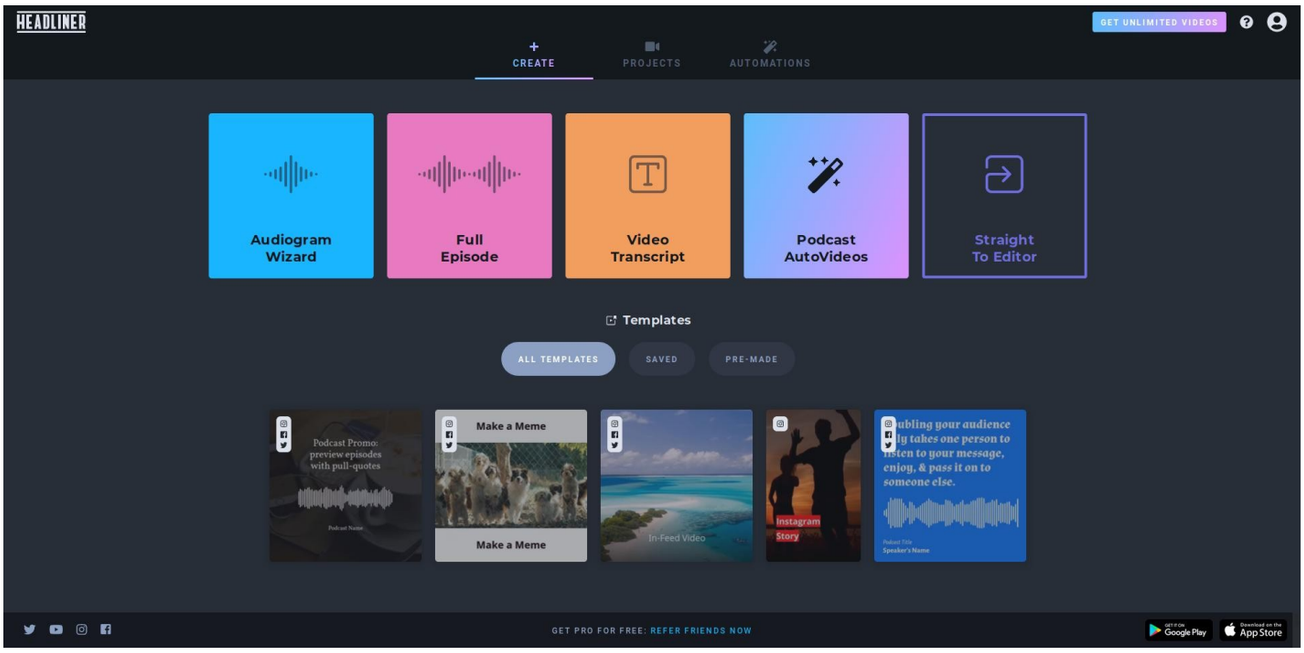
Audiogramas

Los audiogramas son pequeños videos que suelen combinar un audio, con una imagen fija con una la animación de las ondas sonoras. Se utilizan para traducir una pieza sonora a una pieza audiovisual de modo que nos sirva para redes sociales. **Headliner** es una buena opción para realizarlos de forma gratuita y muy simple. Presta atención porque te servirá para la tarea final. A continuación, compartimos un breve tutorial para usar la herramienta en línea.

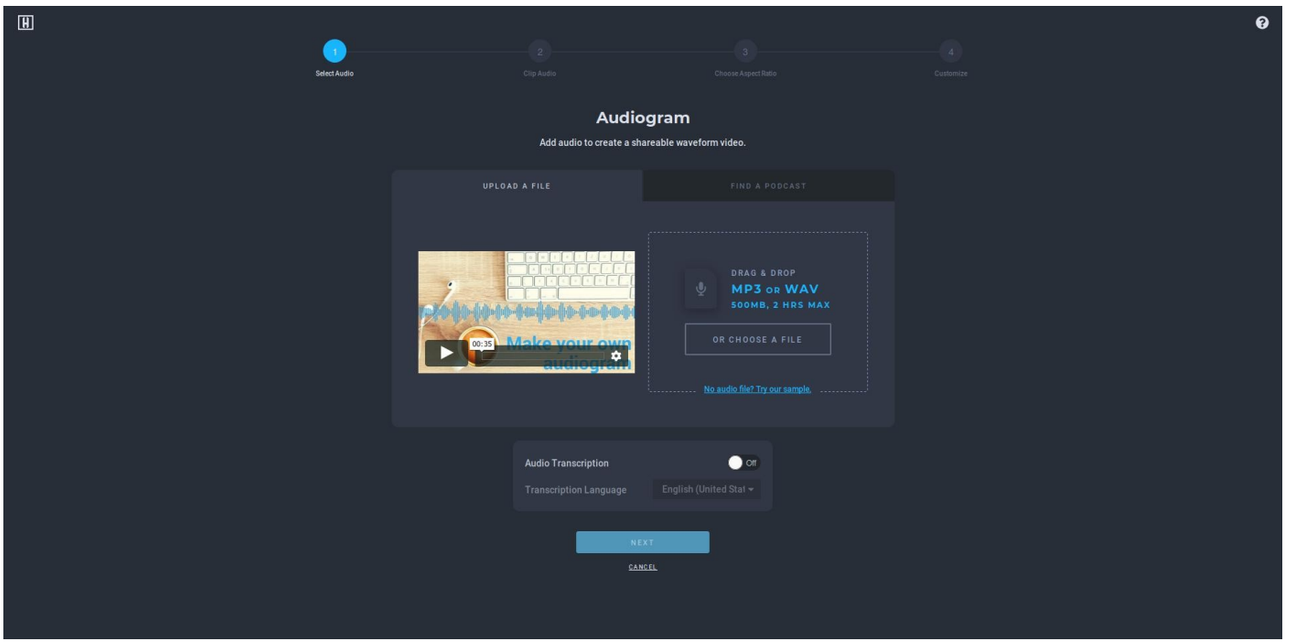
1. Regístrate en Headliner. Una vez que te registres e inicies sesión verás una pantalla con varias opciones:

- **Audiograma.** Transforma pequeños clips de audio en videos cortos.
- **Episodio completo.** Puedes subir hasta dos horas de audio para hacer un video para publicar en Youtube y ampliar audiencias.

- **Transcripción en video.** Genera subtítulos automáticos de los videos que subas.
- **Autovideo de podcast**. Es un generador automático de audiogramas. Se coloca la URL de un podcast, se establecen ciertos parámetros y genera videos masivamente.
- **Editor.** Un editor multipista de video sencillo de usar.

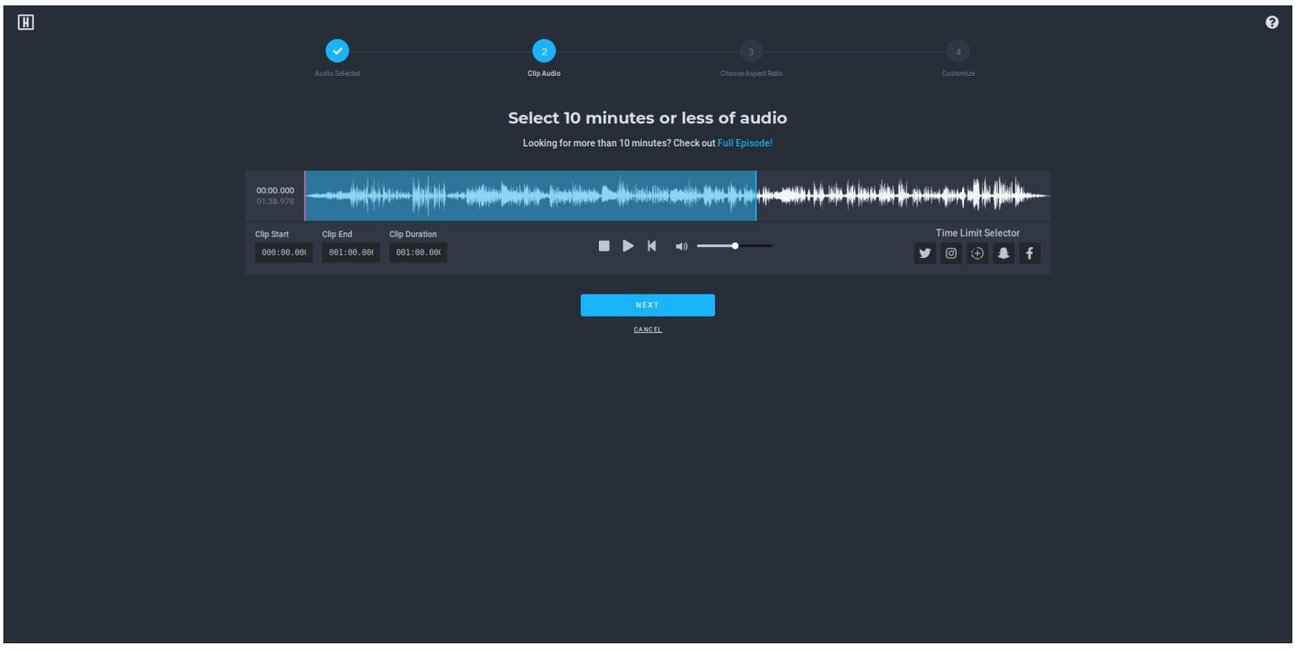


En esta ocasión aprenderás a hacer un **audiograma**. Selecciona la primera opción de la izquierda. Se abrirá una ventana en la que tendrás que seleccionar el corte de audio. También puedes hacer un audiograma de un trailer o episodio que ya está subido. En ese caso, selecciona la pestaña “Find a podcast” (Encuentra un podcast). Pero en este caso, subiremos un pequeño clip de audio que funcionará como avance del podcast. Éste lo tendrás luego del capítulo siguiente, así que te recomendamos seguir las instrucciones y luego volver cuando ya tengas tu avance.



En esta instancia puedes elegir que **Headliner** transcriba el audio y, en caso de habilitarlo, elegir el idioma. Si bien la transcripción automática es bastante buena, hay que corregir. Recomendamos no activar esta opción si estás con poco tiempo: dejar “Audio transcription” en OFF.

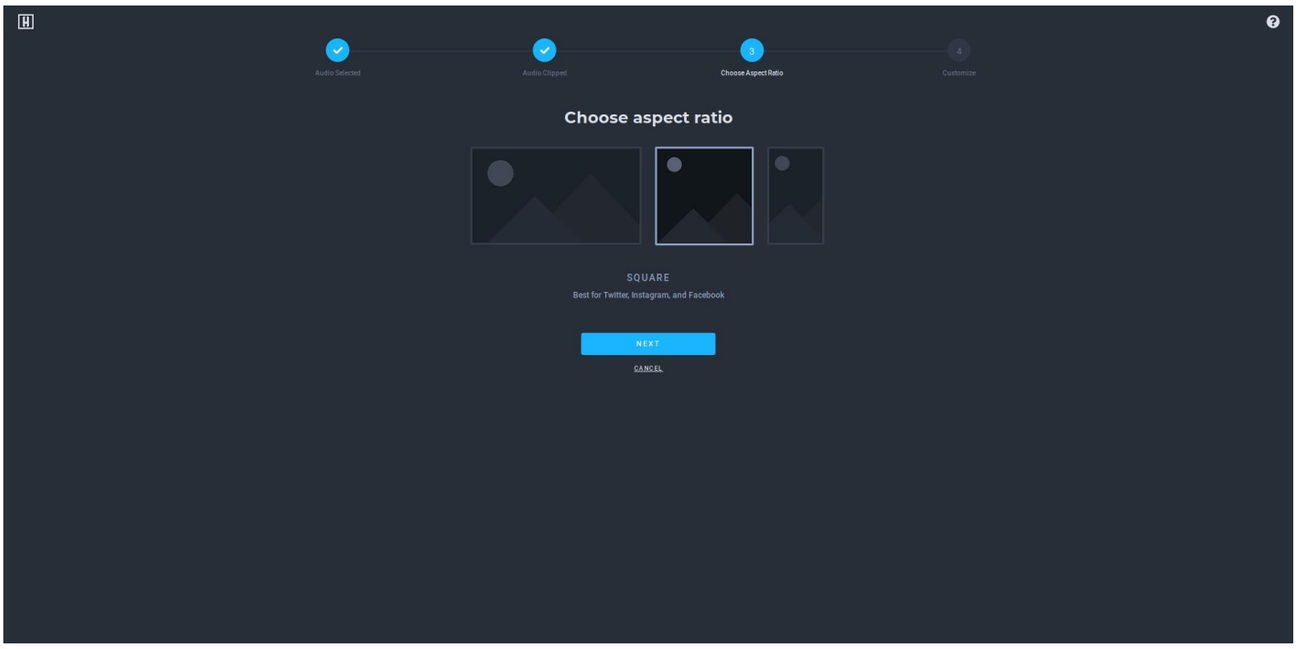
Cuando lo cargue el audio, pasará a otra pantalla en la que solicitará recortar el audio:



Recuerda que cada red social tiene sus límites de reproducción, por lo que no puede ser muy largo:

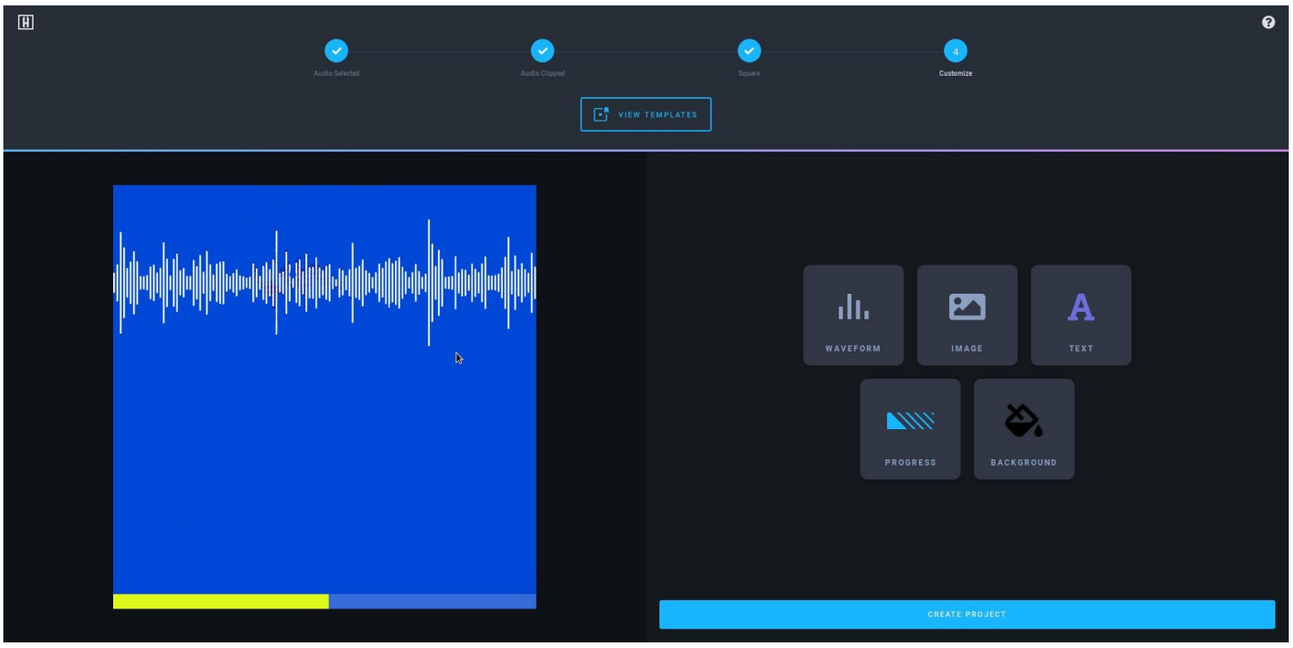
- **Twitter**: 2 minutos con 20 segundos.
- **Instagram stories:** 15 segundos.
- **Facebook**: 10 minutos.

En la esquina inferior derecha de la representación gráfica del audio están los íconos de las principales redes sociales para ajustar los tiempos a los máximos de cada red. Como en este caso subirás un audio de un minuto no tendrás problemas de longitud. Aprieta el botón “Next” (Siguiente) para elegir la proporción de la imagen.



Elige la rectangular apaisada para Twitter, la cuadrada para Facebook o Instagram, la rectangular vertical para Instagram Stories, Snapchat o Whatsapp. Cuando hayas seleccionado la mejor opción para la red en la que deseas publicar, presiona el botón “Next” (Siguiente) para ir a la última pantalla de diseño. Existen cinco elementos con los cuales jugar:

- **Forma de la onda (waveform)**. Se pueden elegir el color y 13 opciones gráficas.
- **Imagen (image)**. Puede ser la imagen del podcast o la fotografía de una invitada, por ejemplo.
- **Texto (text)**. Titular, nombre, lo que necesites.
- **Barra de progreso (progress)**. Que muestre el avance del video. Se puede elegir color.
- **Color de fondo (background).** Elegir un color caso de no tener una imagen.

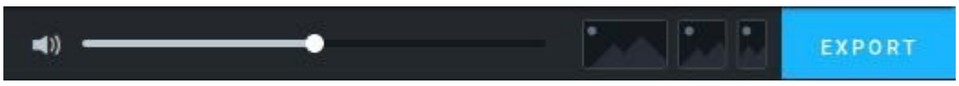


Recomendamos mantener una imagen limpia y sostenerla en las distintas. Cuando estés a gusto con el audiograma, aprieta el botón “Create project” (Crear proyecto) para darle los toques finales.

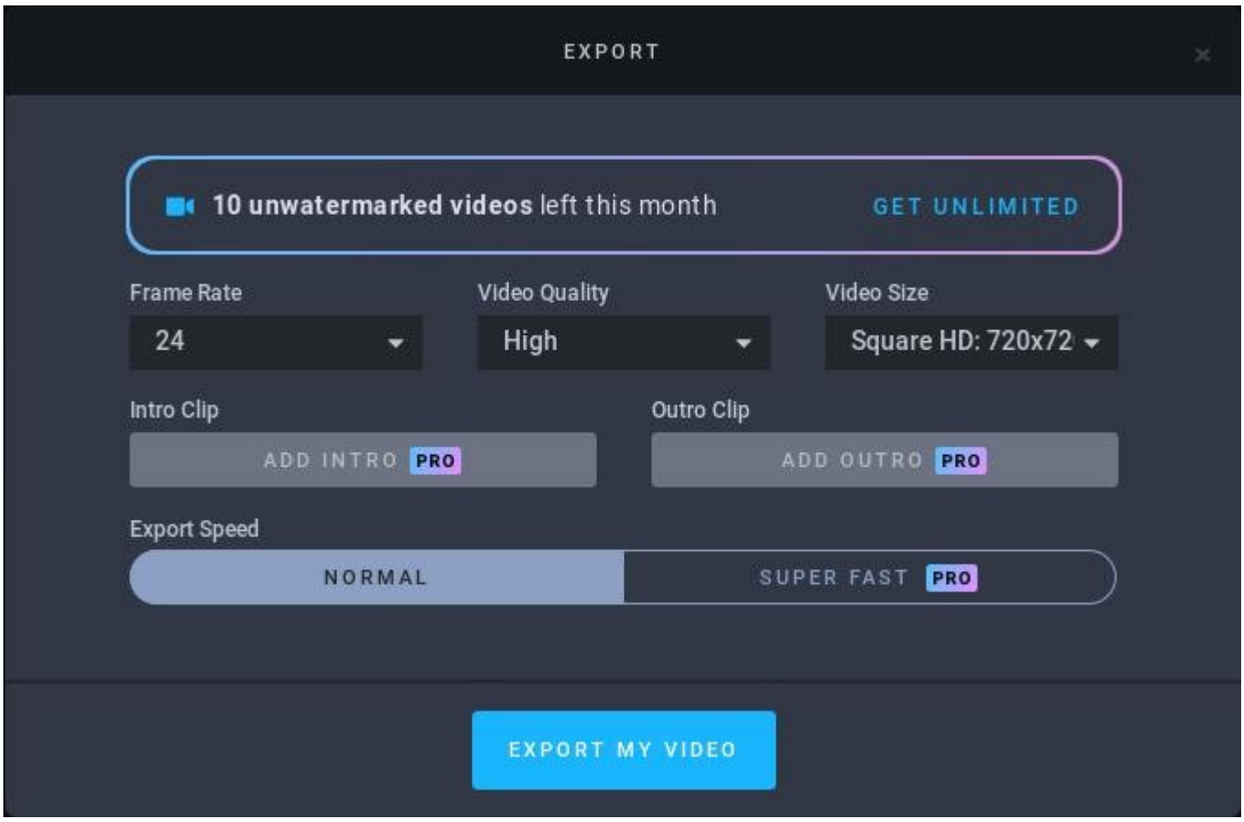
Se abre un editor de audio con tres secciones principales: en la parte superior izquierda, la transcripción; en la parte superior derecha, la vista previa; y en la parte inferior, las pistas de audio, imagen y texto. Este es el momento de ajustar la transcripción –ya sea el texto, haciendo doble clic, o el tiempo, arrastrando cada clip a la pista de texto en el momento que quieras que aparezca y por el período de tiempo que necesites–. Este aspecto requiere un poco de práctica para dominarlo, la verdad.

Si se aprieta la “A” de la sección de transcripciones se pueden ajustar el color, tamaño, alineación y fondo de la tipografía. También es posible elegir entre formatos predeterminados o incluir animaciones para el texto.

¿Reprodujiste el audiograma en la vista previa? ¿Te gusta? Es momento de exportar. A la derecha de la pantalla verás un botón celeste que dice “Export” (Exportar).



Si lo aprietas se abrirá una ventana para seleccionar los parámetros para exportar. En el plan gratuito hay poco por elegir, salvo por la resolución.



Cuando termine, aparecerá un pequeño aviso verde en la esquina superior izquierda con un enlace para descargar la pieza. “Your video is ready. Download it here” (Tu video está listo. Descárgalo aquí).

Verás entonces opciones de descarga y publicación. ¡Hay que prestar atención! Si te equivocas al exportar te restará un video de los 10 disponibles que tienes al mes con el plan gratuito. Ya tienes la pieza lista para publicar en redes. Si quieres estar al día sobre las funcionalidades de la plataforma y aprender a dominarla, sigue el blog de Headliner (en inglés).

¡Felicitaciones! Ya tienes el audiograma para promocionar tu podcast.

Capítulo 8 – Publicación, distribución y difusión

Llegó el momento de darte a conocer. Qué hay que tener en cuenta para este importante paso.

Los podcast son radio a demanda. Es decir, las audiencias no van a la radio sino que la radio va hacia ellas. Cuando se publica cada episodio automáticamente se riega a la distintas plataformas agregadoras de podcasts (podcatchers) a través de una tecnología que se llama RSS –Real Simple Sindication–. De esta manera se evita subir el archivo de audio a cada lugar por separado y duplicar la información.

Licencias

Desde Radios Libres apostamos por la cultura libre, por lo que animamos a compartir tu producción con una licencia que permita compartir libremente el contenido. Esto no significa que pierdes los derechos morales sobre la obra (siempre serás su autor o autora). Sino que otorgas permisos de antemano para que tu obra sea compartida o que puedan hacerse obras derivadas, por ejemplo.

Para saber más sobre licencias puedes visitar:

- Cómo publicar mis producciones de forma libre: tipos de licencias.
- Cultura libre: licencias copyleft

- El registro y las licencias de publicación: plagio vs copia

Agregadores (*podcatchers*)

Si bien se puede subir el podcast a una página web propia, el consumo de música y contenidos sonoros se hace principalmente a través de un puñado de plataformas.

- **Spotify**. Originalmente ofrecía música pero amplió su oferta a podcasts. Es la plataforma más sencilla para publicar podcasts. Gratuita.
- **Google Podcast.** Ofrece podcasts a través de la aplicación para celulares Google Podcast. Es un poco más exigente a la hora de publicar. Gratuita.
- **Apple Podcasts**. Es la plataforma más popular de podcasts, principalmente en Estados Unidos. Tal es así que que muchas otras plataformas usan su sistema de categorías de referencia. Para que esta plataforma sindique los podcasts manualmente hay que tener un Apple ID. Se recomienda hacerlo a través de Anchor. Sólo se puede escuchar a través de la aplicación iTunes.
- **Spreaker.** Tiene una comunidad grande de podcasts. También facilita la grabación, edición y sindicación a otras plataformas. También ofrece buenos recursos sobre la producción de podcasts y cursos de formación. Gratuita con funcionalidades básicas y planes de pago.

Existen varios otros *podcatchers* como Breaker, Castbox, Overcast. Pocket Casts, RadioPublic, Deezer, etc. En ellos no se sube el audio –como se hace en plataformas como iVoox, Soundcloud o Archive– sino que lo lista a partir del enlace del RSS que genera Anchor o tu web cuando subes el archivo.

Distribuye tu podcast con Anchor

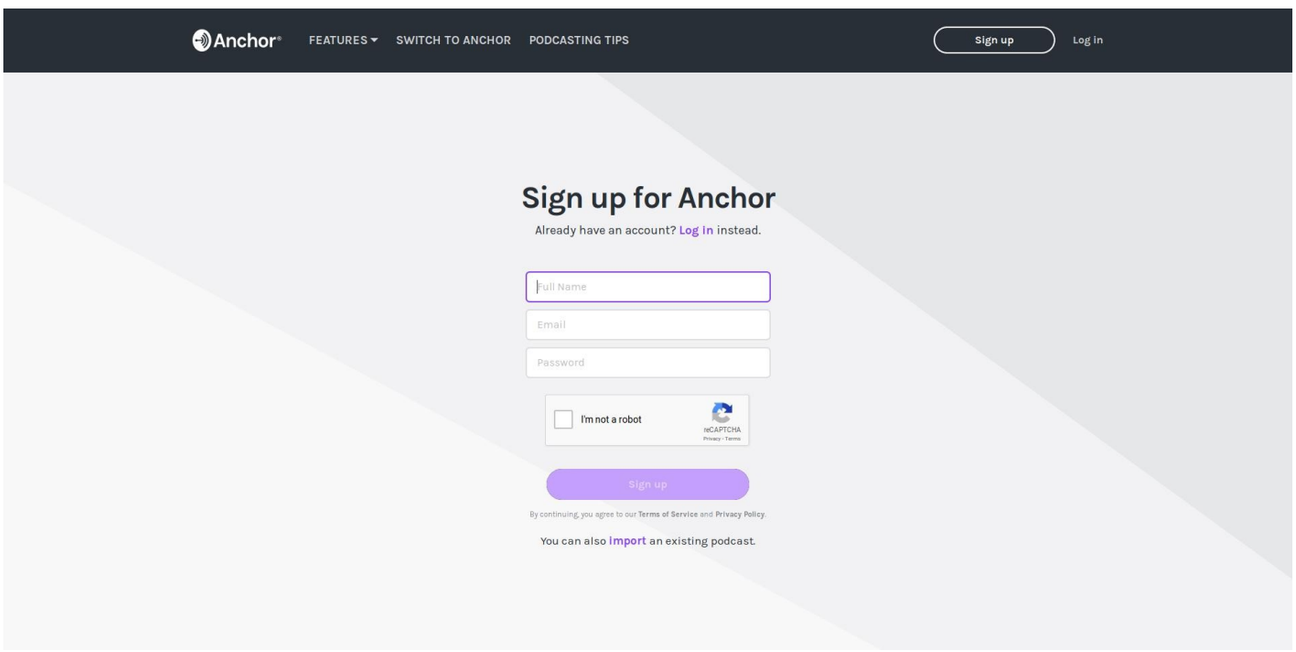
Anchor es una solución integral a la producción de podcasts que automatiza el proceso de agregación a las principales plataformas de agregado de contenidos. Cuando se abre una cuenta y se sube el primer episodio de la serie, Anchor abre los canales de difusión y distribuye tu podcast en todos ellos. Subes el audio a un solo lugar y de allí se distribuye a todas las plataformas que elijas.

Anchor es una opción superadora a sus alternativas porque es gratuito, tiene espacio ilimitado para el alojamiento de podcasts, permite grabar, editar y montar el episodio en la plataforma. Tiene analíticas detalladas de la escucha, permite que las personas que usan la aplicación envíen notas de voz, y gestiona la monetización en caso de llegar a grandes audiencias. Algunas de estas funcionalidades sólo están disponibles a través de la web.

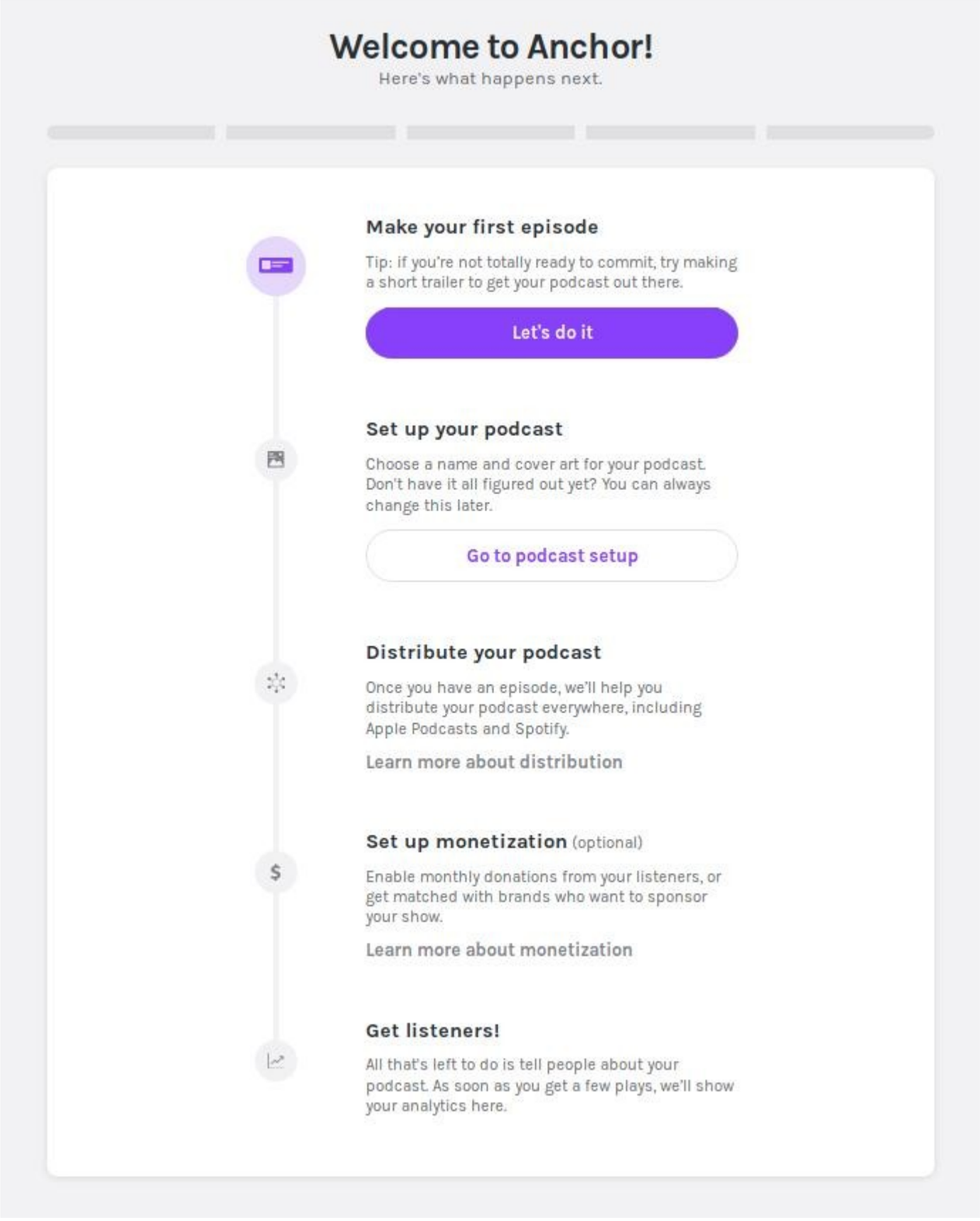
Por cada podcast que tengas deberás crear una cuenta -no por cada pieza, sino por cada serie de contenidos-.

Inscribirse en Anchor

Para comenzar a utilizar Anchor hay que registrarse con nombre de usuario, correo electrónico y contraseña. Se enviará un correo electrónico que es necesario verificar para completar el registro. Anchor.fm está únicamente en inglés. Sin embargo, te puedes mover dentro de la plataforma con apenas conocimientos básicos del idioma. En todo caso, puedes utilizar el traductor https://deepl.com.



Una vez que te hayas identificado, podrás entrar a la plataforma. Como es la primera vez, Anchor muestra una pequeña guía visual de los pasos a seguir con accesos directos. Como se puede observar en la imagen, para configurar los canales de difusión primero hay que subir un episodio, apretando el botón “Let’s do it” (Hagámoslo).

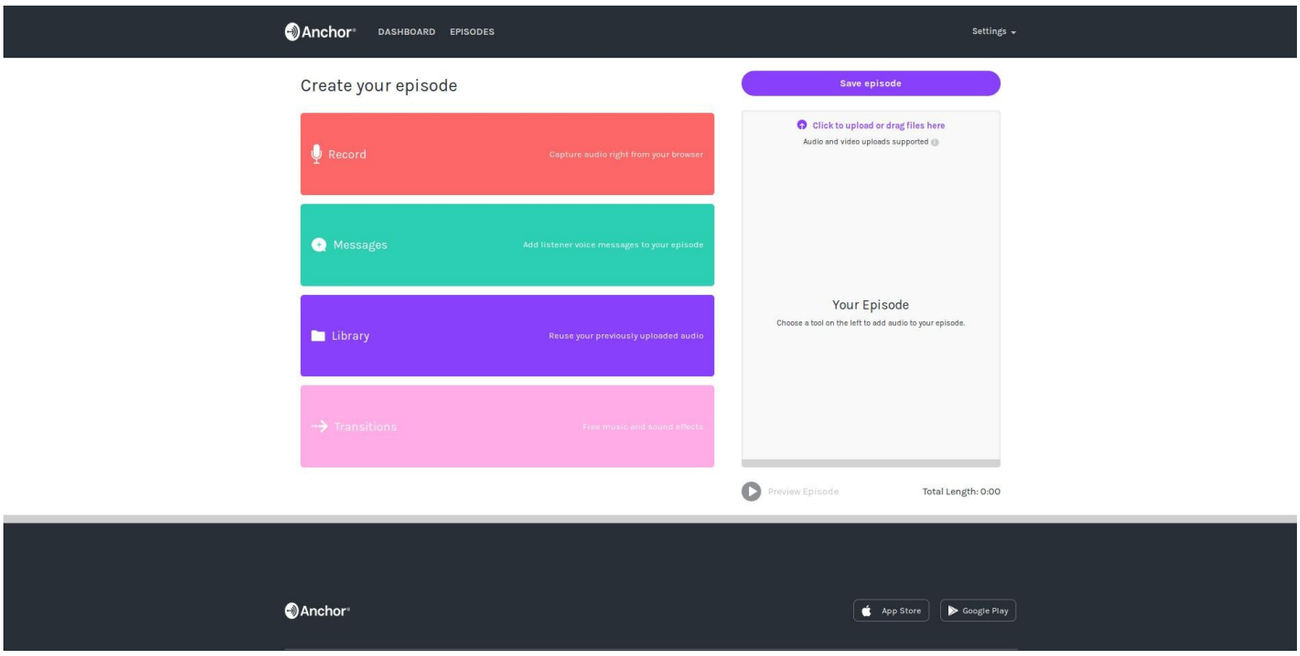

Welcome to Anchor!
Here's what happens next.
Make your first episode
Tip: if you're not totally ready to commit, try making a short trailer to get your podcast out there.
Let's do it
Set up your podcast
Choose a name and cover art for your podcast. Don't have it all figured out yet? You can always change this later.
Go to podcast setup
Distribute your podcast
Once you have an episode, we'll help you distribute your podcast everywhere, including Apple Podcasts and Spotify.
Learn more about distribution
Set up monetization (optional)
Enable monthly donations from your listeners, or get matched with brands who want to sponsor your show.
Learn more about monetization
Get listeners!
All that's left to do is tell people about your podcast. As soon as you get a few plays, we'll show your analytics here.

Pero antes es necesario tomarse unos minutos para completar el perfil del podcasts. Cuanta más información agregues, más fácil será para Anchor abrir canales de difusión en las distintas plataformas. En la esquina superior derecha verás el enlace “Settings” (Configuración). Al hacer clic en él se abrirá un menú del cuál elegirás la opción “Update settings” (Actualizar configuración). Inmediatamente se te dirigirá a una página donde podrás ajustar todos los parámetros. No olvides subir la portada de tu podcast, conectar con redes sociales, incluir descripción detallada de qué encontrará tu audiencia.

Subir el primer episodio

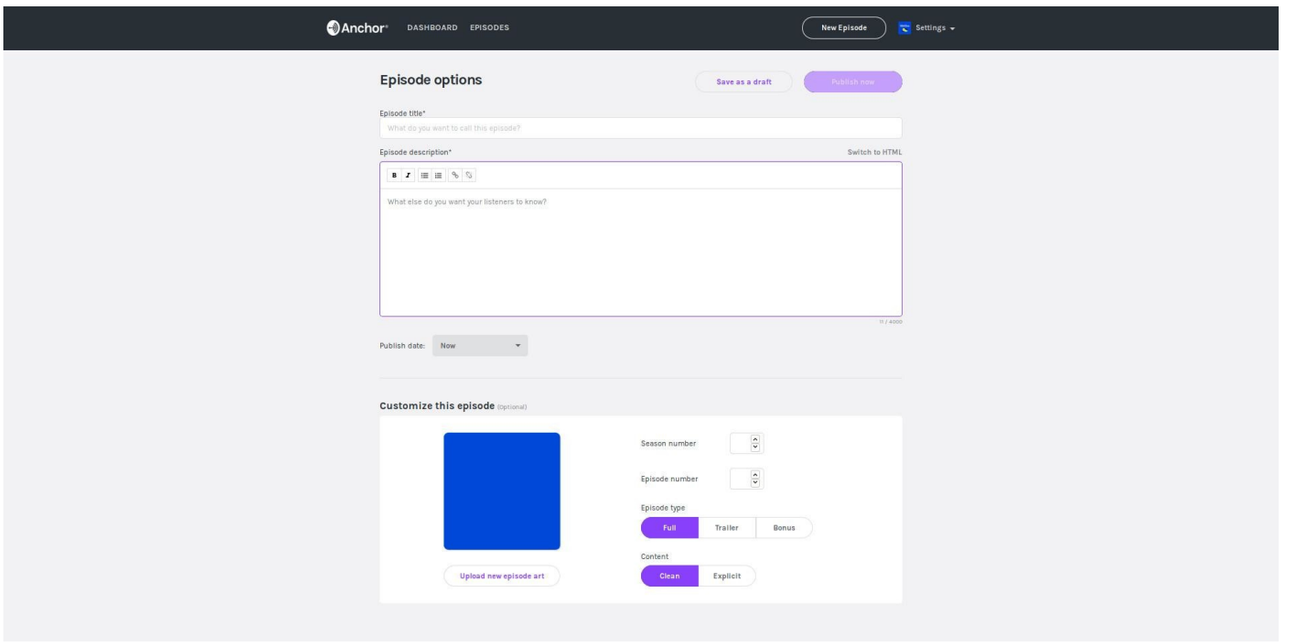
Como Anchor también permite grabar y montar tu podcast, al crear un nuevo episodio te ofrecerá varias opciones.

- **Grabar (record)**: para utilizar tu celular o computadora para grabar las voces.
- **Mensajes (messages)**: en caso que quieras utilizar mensajes de voz que la audiencia te ha dejado a través de Anchor.
- **Librería (library)**: selecciona piezas de audio que hayas guardado (en este caso, no tenemos ninguna porque es la primera vez, pero podrías tener aquí tu apertura, separadores, patrocinios, etc.).
- **Transiciones (transitions)**: elige y usa libremente pequeñas transiciones de música para separar secciones.

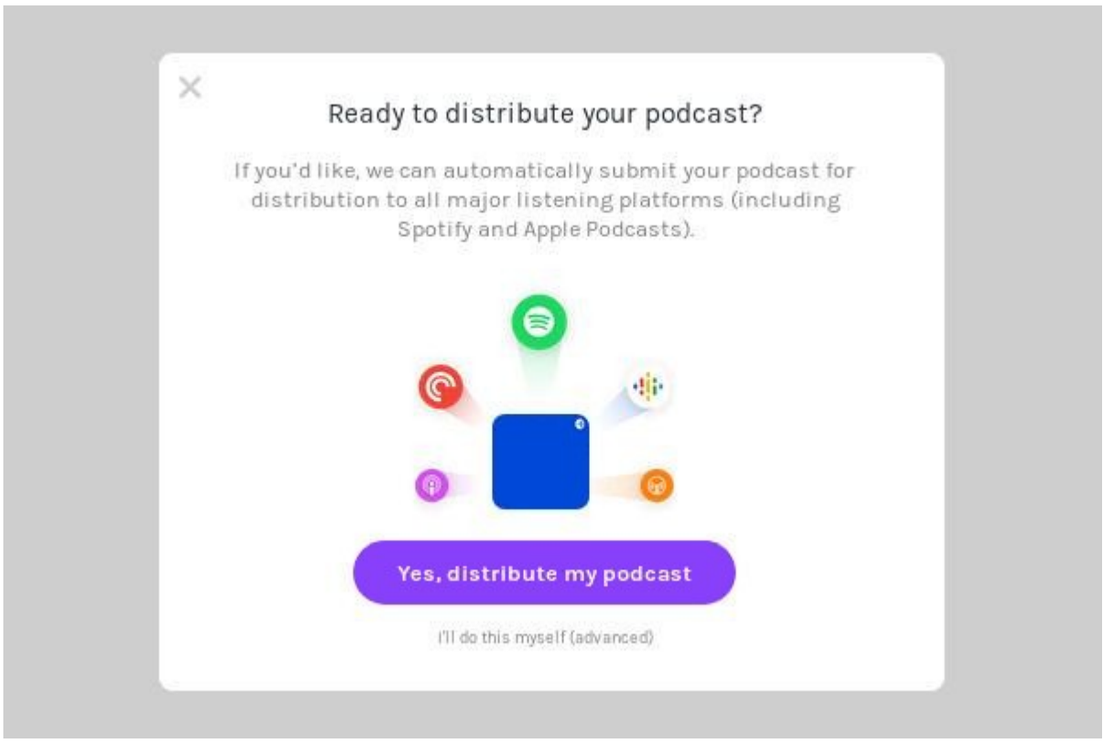


A medida que selecciones las piezas de audio se irán acomodando en el panel gris a la derecha de la pantalla. También puedes subir directamente el podcast terminado desde tu computadora haciendo clic en el enlace morado “Click to upload or drag files here” (Haga clic para subir o arrastrar archivos aquí). Una vez que están los archivos de tu podcast presiona el botón morado “Save episode” (Salvar episodio) arriba de la sección gris, a la derecha de la pantalla.

Completar los datos del episodio



Para que la distribución sea efectiva hay que asegurarse de completar todos los campos que la plataforma solicita sobre el episodio: nombre, descripción, arte del episodio –puede ser la misma del podcast–, número de temporada y episodio, si es un episodio completo (full), un avance (trailer), o un extra (bonus), y si tiene contenido apto para niños.


Ready to distribute your podcast?
If you'd like, we can automatically submit your podcast for distribution to all major listening platforms (including Spotify and Apple Podcasts).
Yes, distribute my podcast
I'll do this myself (advanced)

Una vez que completas todos los datos se puede elegir publicar en ese momento o programarlo. La periodicidad favorece la construcción de una comunidad alrededor del podcast. Publica y programa tu podcast.

Aquí es importante prestar atención y hacer clic en el botón morado **“Yes, distribute my podcast”** (Sí, distribuye mi podcast) para que Anchor envíe el podcast a los *podcatchers* con los que trabaja: Spotify, Apple Podcasts, Google Podcasts, Pocket Casts, Radio Public, Overcast y Breaker. En el momento en que hagas clic comenzará el proceso. Puede tardar, pero ya tendrás de manera automática una página web de Anchor y el canal de Spotify.

Anchor tiene un panel de control que te permite acceder a métricas de escucha, del podcast en general y de cada episodio, en particular, y también a datos demográficos del público. Para acceder a ellas, haz clic en el enlace “Episodes” (Episodios), luego clic en el episodio que deseas explorar y allí aparecerán. Para conocer más sobre las métricas de Anchor y aprovecharlas, puedes visitar este artículo. También puedes visitar su blog para estar al tanto de los últimos avances de la plataforma.

Promoción

Como periodistas es normal que toda la energía esté enfocada a la producción del podcast: encontrar la historia y el enfoque, redactar, entrevistar, grabar y editar. Pero no se debe dejar de lado la promoción y difusión del podcast porque es la única manera de lograr llegar la audiencia y construir una identidad. Si produces un podcast es para que te escuchen. Con la publicación de la pieza en las plataformas, has dado un gran paso, pero es apenas el primero en el camino de la divulgación.

Prepara tu presencia online y lanzamiento

- No es necesario tener una página web del podcast, aunque sí es una buena idea. Hay opciones gratuitas como Tumblr o WordPress.com permiten usar tu dominio.
- Produce materiales de promoción de cada episodio. Audiogramas con Headliner, Veed.io o la app de Anchor, recortes de frases con imágenes con Canva, pequeños cortes promocionales con Soundcloud, todo vale. Sé creativo/a en este punto.
- Planifica el lanzamiento del podcast. Redacta una nota de prensa, envía a periodistas especializados a quienes pueda interesarle. No olvides incluir las vías de contacto.
- Siempre que promociones tu podcast en redes sociales asegúrate de utilizar un servicio de acortador de enlaces como Bit.ly que ofrece métricas detalladas de cada clic.
- A medida que tengas escuchas podrás obtener datos para conocer a tu audiencia. ¿Desde qué dispositivo te escuchan? ¿Desde qué plataformas? De esa manera podrás ajustar tu plan de promoción y los contenidos del podcast.
- Las redes sociales no están pensadas para distribuir sonido. Y aunque en junio de 2020 Twitter lanzó la posiblidad de enviar tuits de audio, continúa siendo una función complementaria. Headliner es una

aplicación online para generar audiogramas a partir de un audio. Con la cuenta gratuita puedes crear hasta 10 pequeños videos por mes, optimizados para redes sociales, con la imagen de tu podcast, la representación gráfica del audio y texto con animaciones. De este modo, puedes publicar en redes sociales pequeños trailers de tu podcast con alguna ayuda visual para posicionarlo.

Algunas ideas para generar y aumentar tu audiencia

- Publica de manera constante. Publica adelantos (trailers) para generar expectativa, cortes que te hayan quedado por fuera del episodio o el detrás de escena, para mantener el interés entre episodios.
- Conecta con otros podcasts similares e intercambien promociones.
- Pide a la audiencia que califique el podcast en la plataforma que utilicen para escucharte. Pueden ser 5 estrellas o likes.
- Publica una transcripción del podcasts en texto. No sólo mejora la accesibilidad sino que ayuda a la audiencia que quiera volver sobre algún aspecto del episodio.
- Puedes enviar newsletter cuando salga cada episodio con Mailchimp o Moosend. No agregues gente a la lista de distribución sin preguntar.
- Conversa con la audiencia. Responde sus dudas, agradece la promoción, involúcrate.
- Conecta con actores relevantes del nicho al que te dediques. Si vas a producir un podcast sobre migraciones, vincúlate con organizaciones no gubernamentales que trabajen estos temas, con asociaciones y redes de migrantes.
- También puedes establecer relación con marcas a las que les interese tu podcast y puedan patrocinarte. Puedes apoyarte en plataformas como Patreon o Cafecito

Tarea final:

El curso está cerrado, ya no aceptamos envío de tareas.

Ya venimos trabajando en el proyecto de tu podcast. Puede ser algo a lo que efectivamente te dediques, o una idea que te sirva para implementar estos ejercicios, por más que luego no lo vayas a desarrollar. Para finalizar este curso te vamos a pedir que entregues dos productos:

1. El proyecto del podcast desarrollado en un texto de máximo una página. Aprovecha la plantilla que has ido rellenando a lo largo de los capítulos. En el texto que nos envíes debes describir:

- Título del podcast: Puede ser un nombre de fantasía y una “bajada” corta descriptiva.
- Tema y recorte: el universo que el podcast aborda.
- Sinopsis: máximo tres líneas.
- Género y formato: si será periodístico, de ficción, musical, una mixtura; si será tipo crónica, dramatizado, entrevistas, conversación, mixtura; o variará en cada capítulo, etc. También incluye la duración aproximada de los capítulos y del podcast (¿tendrá temporadas? ¿de cuántos episodios?).
- Audiencia: para quién está pensado.

2. Deberás realizar un trailer de tu podcast. Un audio de **máximo un minut**o, donde escuchemos y comprendamos de qué va a tratar tu podcast. Y, sobre todo, cómo sonará. Aquí esperamos que despliegues la identidad sonora, la elección de voces, el tono con el que se narra, el tipo de vestimenta sonora que tendrá, y algunas pistas de su estructura, ritmo, dinámica. Con ese minuto debemos tener una idea de qué escucharemos en el podcast y nos deben entusiasmar lo suficiente como para buscarlo.

3. Audiograma (extra, no obligatoria)

Además, si quieres, ese trailer podrás hacerlo audiograma. Ya sea con Headliner o con la herramienta que te sea util, un pequeño video donde también puedas experimentar algo de la identidad gráfica que tendrá, y cómo se relaciona con la identidad sonora. Haz un audiograma con el trailer sonoro, ponle el título, una imagen y lo que quieras.

Formato de la tarea

La tarea deberás entregarla en un archivo .txt **con tu nombre (por ejemplo, maria-elena-gonzalez-ochoa.txt)** que contenga:

- El proyecto de podcast.
- El enlace al trailer: puedes subirlo a Archive, ivoox o Soundcloud.
- El enlace al Headliner, si deseas hacerlo.